



BACHELORARBEIT

Herr
Timon Schuster

**Medienkonsum – Einfluss von
Quizduell, Instagram, League
of Legends und Co. auf Ju-
gendliche im Alter von 14 - 16**

2015

BACHELORARBEIT

Medienkonsum – Einfluss von Quizduell, Instagram, League of Legends und Co. auf Ju- gendliche im Alter von 14 - 16

Autor:
Herr Timon Schuster

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM12wT1-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Dieter Claus

Einreichung:
Köln, 23.06 2015

BACHELOR THESIS

Media consumption – The influence of quizduell, instagram, League of Legends etc. on young people aged 14 to 16

author:
Mr. Timon Schuster

course of studies:
Applied Media

seminar group:
AM12wT1-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
Dieter Claus

submission:
Cologne, 23rd June 2015

Bibliografische Angaben

Schuster, Timon:

Thema der Bachelorarbeit: Medienkonsum – Einfluss von Quizduell, Instagram, League of Legends und Co. auf Jugendliche im Alter von 14 – 16

Topic of thesis: Media consumption – The influence of quizduell, instagram, League of Legends etc. on young people aged 14 to 16

46 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung.....	2
1.3 Methodik	2
2 Lebensphase Jugend.....	3
2.1 Pubertät und Adoleszenz	3
2.2 Entwicklungsaufgaben	5
2.3 Identitätsentwicklung.....	6
2.4 Medien im Jugendalter	7
3 Quizshows im Fernsehen	9
3.1 Quiz- und Gameshows.....	9
3.2 Aufbau der Sendungen	9
3.2.1 <i>Wer wird Millionär?</i>	10
3.2.2 <i>Quizduell im Ersten</i>	15
3.3 Vergleich der Quizsendungen	19
3.4 Fernsehnutzung	21
4 Spiele am Computer.....	23
4.1 Unterschiedliche Genres im Bereich Computerspiele.....	23
4.2 Rollenspiel – <i>World of Warcraft</i>	23
4.3 Shooter – <i>Counter-Strike</i>	25
4.4 Vergleich zwischen <i>World of Warcraft</i> und <i>Counter-Strike</i>	27
4.5 Nutzungsverhalten des Computers	30
5 Smartphone Applikationen.....	32
5.1 <i>Facebook</i> als App	32
5.2 <i>WhatsApp</i>	33
5.3 Nutzungsverhalten bei Smartphone-Apps	34

6	Einfluss der behandelten Medien auf Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren	36
7	Fazit.....	46
	Literaturverzeichnis	XI
	Eigenständigkeitserklärung	XV

Abkürzungsverzeichnis

HbbTV	Hybrid broadcast broadband Television
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Runfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
RTL	Radio Télévision Luxembourg
CS	Counter-Strike
USK	Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
WoW	World of Warcraft
SMS	Short Message Service
MMS	Multimedia Messaging Service
RL	Real Life

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zuschauerzahlen von Wer wird Millionär?	10
Abbildung 2: Links die Gewinnstufen der normal Variante und rechts die Risikovariante	14
Abbildung 3: Kategorienübersicht der originalen Quizduell-App	16
Abbildung 4: Sinus Milieus bezogen auf den Sender RTL	19
Abbildung 5: Sinus Milieu im Vorabend Programm der ARD	20
Abbildung 6: Lieblingssendungen im TV 2014.....	21
Abbildung 7: Oben CS-Source, unten CS-Global Offensive	26
Abbildung 8: WoW - Charaktererstellungs-Interface	28
Abbildung 9: Lieblingscomputerspiele 2014	31
Abbildung 10: Die wichtigsten Smartphone-Apps* 2014.....	35
Abbildung 11: Gerätebesitz Jugendlicher 2014	36
Abbildung 12: Beliebteste Webseiten von Jungs	42
Abbildung 13: Beliebteste Webseiten von Mädchen	42

1 Einleitung

„Das Leben ist für die Jugendlichen wie ein Supermarkt mit sehr langen Regalen voller Möglichkeiten und kein Tante- Emma- Laden, in dem alles nur einmal vorhanden ist“
Axel Dammler

Im Zeitalter der postmodernen Gesellschaft, in der wir leben, muss man sich täglich weiterbilden, um den Anschluss nicht zu verlieren. Dies bedeutet in einer sich täglich weiterentwickelnden Welt stets auf dem neuesten Stand der Dinge zu bleiben. Es gibt besonders heute viele Möglichkeiten an aktuelle News zu kommen. Ohne Medien wäre es wohl kaum zu schaffen, sich täglich einen groben Überblick über das Geschehen in der Welt zu verschaffen. Vielen genügt schon ein Blick in die Tageszeitung, während andere Menschen Applikationen auf dem Smartphone oder Tablet nutzen. Daneben zählen auch TV und Internet als potentielle Informationsquellen. Diese Vielfältigkeit der Möglichkeiten der Mediennutzung bietet die Grundlage für die vorliegende Arbeit.

Insbesondere das Leben der Heranwachsenden in unserer Gesellschaft ist gekennzeichnet von modernen Medien und technischen Neuerungen. Sie leben in einer hochkomplexen Welt, die durch moderne Technik geprägt ist.

Jugendliche sieht man im Alltag häufig an ihren Smartphones, sei es alleine oder in der Gruppe. Medien sind im hier und jetzt ein gegenwärtiger Bestandteil der Gesellschaft. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob Jugendliche durch ihren Medienkonsum von Fernsehen, Smartphones und Internet beeinflusst werden? Des Weiteren wird auf die Pubertätsphase der Jugendlichen eingegangen und ob diese sich durch den Umgang mit den hier behandelten Medien verändert.

In dieser Arbeit werden Fragen geklärt wie: Wie werden Jugendliche mit Medien konfrontiert? Welchen Einfluss haben Medien auf die Heranwachsenden? Und: Welches Medium beeinflusst Jugendliche im Vergleich am stärksten? Zudem bleibt im Folgenden zu klären, inwiefern diese Fragen berechtigt sind.

Aufgrund der Breite dieses Themas wird in dieser Arbeit auf jeweils zwei ausgewählte Medien in ihrem jeweiligen Genre zurückgegriffen. Dies wären im Bereich Fernsehen die beiden Quizshows *Wer wird Millionär?* und *Quizduell im Ersten*, im Genre der Computerspiele sind es *Counter-Strike* und *World of Warcraft* und im Bereich Applikationen sind es *WhatsApp* und *Facebook*. Diese werden einzeln vorgestellt und erläutert.

1.1 Problemstellung

Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren und der Einfluss von Quizshows, Social-Media Applikationen und Computerspielen auf diese. Der Medienkonsum bezieht sich dabei auf die unterschiedlichen Ansprüche von den Heranwachsenden und die sich unterscheidenden Werte der Formate.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, anhand des Medienkonsums von Jugendlichen im Alter von 14 bis 16 Jahren, den auf sie möglichen Einfluss der unterschiedlichen Medien auszumachen. Anhand von verschiedenen Beispielen soll der theoretische Einfluss verifiziert werden.

1.3 Methodik

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Abschnitte. Im ersten Teil der Arbeit soll zunächst auf die Jugend als eine eigene Lebensphase und deren Entwicklung im Medienzeitalter eingegangen werden. Im zweiten Abschnitt soll der Aufbau von zwei Quizshowformaten erläutert und verglichen werden. In einem weiteren Teil der Arbeit wird das Profil von zwei Apps für Smartphones und Tablets veranschaulicht und verglichen. Im darauffolgenden Abschnitt der Arbeit wird ein Computerspiel im Bereich „Rollen spiele“ und eins im Bereich „Egosooter“ vorgestellt und ebenfalls verglichen. Im abschließenden Teil der Arbeit soll aufgezeigt werden, welchen Einfluss die verschiedenen Medien bei Jugendlichen im Alter von 14 bis 16 Jahren haben.

2 Lebensphase Jugend

In diesem Kapitel soll die Adoleszenz als spezielle Lebensphase von Jugendlichen abgegrenzt und zum besseren Verständnis relevante Definitionen für den Leser festgelegt werden. In einem ersten Schritt möchte der Autor die Pubertät, als einen relevanten Abschnitt der Jugend, definieren. Im Verlauf werden zudem die Entwicklungskonflikte sowie die Identitätsfindung erläutert.

2.1 Pubertät und Adoleszenz

Prinzipiell gilt, dass jeder Mensch über grundlegend verschiedene Verhaltensstrukturen und –muster verfügt, aber dennoch aus dem gleichen Genmaterial besteht. Unter dem Einfluss seiner Umwelt entwickelt der Mensch im Laufe der Kindheit und Jugend persönliche Charaktereigenschaften. Die logische Schlussfolgerung aus dieser Annahme deutet stark darauf hin, dass Menschen, die zur gleichen Zeit geboren sind und unter einem ähnlichen Einfluss ihrer Umwelt stehen, eine Generation bilden. Dies bestätigt auch der Erziehungswissenschaftler Dieter Baacke, der davon ausgeht, dass „die Pubertät (...) die Phase [ist], in der der Heranwachsende besonders einschneidende physiologisch-biologische Veränderungen durchmacht (er wird geschlechtsreif) und im Zusammenhang dieser Erfahrung die allmähliche Ablösung vom Elternhaus intensiviert“.¹ Baacke erweitert diesen Gedanken, indem er davon ausgeht, dass es sich bei der Pubertät um eine längere und differenzierte Phase handelt, die zeitlich gesehen keine Grenzen hat.² Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Adoleszenz bei Jugendlichen nicht im Alter eingegrenzt ist und somit auch 14- bis 16- jährige sich in dieser Phase befinden können. Laut dem Sozial-, Bildungs- und Gesundheitswissenschaftler Klaus Hurrelmann ist die Pubertät eine andere Art der Bewältigung von körperlichen, psychischen und Umweltaforderungen gegenüber denen im Kindheitsalter und ist dadurch für die Heranwachsenden ein völlig neuer Lebensabschnitt.³ Hurrelmann bezieht sich bei seinen Aussagen ebenfalls, wie Baacke, auf die Geschlechtsreife der Heranwachsenden und weitet dies auf einen weiteren Aspekt aus. Er vermerkt als Veränderung auf biologischer Ebene, dass „mit der ersten Regelblutung (...) ein Mädchen kein Kind mehr [ist], es ist zur Frau geworden und kann potenziell ein eigenes Kind gebären. Mit dem ersten Samenerguss ist ein Junge ebenfalls kein Kind mehr, sondern

¹ Baacke, 2003, S. 41

² Vgl. Baacke, 2003, S. 41

³ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 27

ein Mann und kann potentiell ein Kind zeugen“.⁴ Sowohl Hurrelmann als auch Baacke beziehen sich stark auf den sexuellen Aspekt in dieser Entwicklungsphase. Der Psychoanalytiker und Vertreter der psychoanalytischen Ich-Psychologie Erik Homburger Erikson weitet die Pubertät als Phase aus, in der die Pubertät eine Lebensform zwischen Kindheit und Erwachsensein ist. Also eine Zeitspanne, die durch den Fortschritt in der Technologie zwischen dem frühen Schulleben und dem späteren Arbeitsleben liegt.⁵ Weiter schreibt Erikson, dass „die Jugendlichen (...) einander nicht nur zeitweise durch solche Phasen des Unbehagens hindurch [helfen], indem sie Cliquen bilden und für sich selber, ihre Ideale und ihre Feinde stereotype Formen prägen“.⁶ Daraus lässt sich schließen, dass Jugendliche mit der Pubertät nicht nur eine Phase in der Jugendzeit haben, sondern diese sich in verschiedene Teilphasen aufteilen kann. Baacke geht ebenso davon aus, dass trotz der Beendigung der Reifezeit weder die sozialen noch die emotionalen Folgen völlig bewältigt sind. Er spricht von einer längeren Phase als lediglich der Pubertät. Er nennt diese Adoleszenz, die für ihn als Synonym für die komplette Jugendzeit dient.⁷ Darüber hinaus geht er davon aus, dass während der Jugendzeit durch Beginn der Pubertät in der Adoleszenz ein enormer Wachstums- und Entwicklungsschub erfolgt. Diese Veränderungen haben Auswirkungen auf die Adoleszenten. Sie setzen sich mit ihrem Körper mehr auseinander und dieser wird ihnen dadurch bewusster. Zudem könne es durch den Wachstumsschub vorkommen, dass sich der Jugendliche nicht mehr attraktiv findet und Selbstzweifel entwickelt. Der Entwicklungsschub begünstigt unter anderem die Entwicklung der Geschlechter. Dies hat zur Folge, dass der Intimbereich auch Ausdehnungen im sozialen Umfeld haben kann. So suchen sich die Jugendlichen nach ihren Eltern einen neuen Intimpartner. Des Weiteren möchten die Jugendlichen mehr eigene Entscheidungen treffen dürfen, wie zum Beispiel die Schulwahl. Aber auch Aggressionen können durch Verletzlichkeit aufgrund der Veränderung des Körpers entstehen.⁸ Schlussfolgend lässt sich sagen, ob Pubertät oder Adoleszenz, die Phase der Jugend scheint für die Heranwachsenden eine Lebensphase zu sein, in der sich sehr viel - sowohl psychisch als auch biologisch - ändert. Diese Veränderungen können sehr individuell verlaufen und erfordern damit verschiedene Weisen der Verarbeitung.

⁴ Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 26

⁵ Vgl. Erikson, 2003, S. 131

⁶ Erikson, 2003, S. 136

⁷ Vgl. Baacke, 2003, S. 41

⁸ Vgl. Baacke, 2003, S.100 f

2.2 Entwicklungsaufgaben

Die Jugendphase ist laut Hurrelmann ein Lebensalter, das durch die sozialen Kontakt- und Entspannungsfähigkeit und der Identitätsarbeit von dem vorhergegangenen Zeitabschnitt der Kindheit sich abgrenzt.⁹ Er sieht in diesem Lebensabschnitt vier zentrale Entwicklungsaufgaben der Jugendlichen, diese lassen sich folgendermaßen unterscheiden:

1. ‚Qualifizieren‘: Die Entwicklung der intellektuellen und sozialen Kompetenzen für Leistungs- und Sozialanforderungen sowie der Bildung und Qualifizierung, um die gesellschaftliche Mitgliedsrolle des Berufstätigen zu übernehmen.
2. ‚Binden‘: Die Entwicklung der Körper- und Geschlechtsidentität, die emotionale Ablösung von den Eltern und die Fähigkeit der Bindung, um die gesellschaftliche Mitgliedsrolle eines Familiengründers zu übernehmen.
3. ‚Konsumieren‘: Die Entwicklung von sozialen Kontakten und Entlastungsstrategien und die Fähigkeit zum Umgang mit Wirtschafts-, Freizeit- und Medienangeboten, um die gesellschaftliche Mitgliedsrolle des Konsumenten zu übernehmen.
4. ‚Partizipieren‘: Die Entwicklung eines individuellen Werte- und Normensystems und der Fähigkeit zur politischen Partizipation, um die gesellschaftliche Mitgliedsrolle des Bürgers zu übernehmen.¹⁰

Diese vier Entwicklungsaufgaben muss jeder Jugendliche für sich selbst bewältigen, um sich später in der Gesellschaft wiederfinden zu können. Im Folgenden werden die vier Aufgaben vereinfacht dargestellt und auf einer psychobiologischen Dimension beschrieben.

Unter „Qualifizieren“ versteht Hurrelmann, dass sich die Jugendlichen in der Schule bilden und soziale Kontakte mit Gleichaltrigen pflegen, um die Entfaltung ihrer Fähigkeiten zu ermöglichen. Wird diese Aufgabe bewältigt, erlangt der Jugendliche die Voraussetzungen für den schulischen Abschluss und der daraus folgenden beruflichen Zukunft. Im zweiten Punkt „Binden“ geht es darum, dass der Heranwachsende sich durch seine körperliche Entwicklung emotional von seinen Eltern löst, um sich einen eigenen Partner suchen zu können. Beendet er diese Aufgabe, ist er bereit eine eigene Familie zu gründen. Bei der vorletzten Entwicklungsaufgabe „Konsumieren“ soll der

⁹ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 30

¹⁰ Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 28

Jugendliche neue Dinge in der Gesellschaft ausprobieren - so zum Beispiel die Medien für den eigenen Genuss. Diese Entwicklung dient dazu, seine Kräfte regenerieren zu können und dem Körper Entspannungsphasen zu gönnen. Im abschließenden vierten Punkt „Partizipieren“ soll der Heranwachsende eine eigene Meinung entwickeln. Damit er eine sinnvolle Lebensorientierung ermöglicht.¹¹ Diese Entwicklungsaufgaben dienen dem Jugendlichen zur Entwicklung seiner Identität.

2.3 Identitätsentwicklung

In diesem Abschnitt wird die Identitätsentwicklung von Jugendlichen erläutert und definiert.

Was bedeutet eigentlich Identität? Für Erikson drückt „der Begriff, Identität (...) eine wechselseitige Beziehung aus, als er sowohl ein dauerndes inneres Sich-Selbst-Gleichsein wie ein dauerndes Teilhaben an bestimmten gruppenspezifischen Charakterzügen umfasst“.¹² Daraus kann man herleiten, dass Jugendliche durch ihr Umfeld beeinflusst werden. Hurrelmann nennt dies eine „eingeschränkte ökonomische Selbstständigkeit und großzügige soziokulturelle Freiheit“.¹³ Die Heranwachsenden werden dadurch geradezu angespornt, sich mit Aktions- und Artikulationsmöglichkeiten verschiedener Sektionen wie Mode, Musik, Medien, Freizeit, Unterhaltung und Beziehungsgestaltungen zu beschäftigen.¹⁴ Eine andere Definition wäre, dass „A“ und „B“ zwar unterschiedliche Bezeichnungen sind, sie aber trotzdem identisch sind. Denn wenn ein Jugendlicher, der in verschiedenen Altern zwar unterschiedlich aussieht und sich im sozialen Umfeld ebenfalls anders präsentiert, ist der Heranwachsende im Allgemeinen dennoch die identische Person, ob mit 14 Jahren oder mit 16 Jahren.¹⁵ Damit ist gemeint, dass egal ob der Jugendliche 14 Jahre alt ist und sich anders verhält als mit 16 Jahren, er ist trotzdem die gleiche Person. Denn auch „A“ und „B“ sind zwar unterschiedliche Bezeichnungen, aber beides sind Buchstaben. Als ein wichtiges Element der Definition von Identität, nach Baacke gilt: „Ich sehe andere als anders und damit mich selbst als den, der ich bin.“¹⁶ Die Identität beschreibt also einerseits die Beziehung des Subjekts zu sich selbst, andererseits kennzeichnet sie die Beziehung zur sozialen Umwelt. Identität ist demnach eine selbstreflexive Leistung des Subjekts,

¹¹ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 29 f

¹² Erikson, 1973, S. 124

¹³ Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 24

¹⁴ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 24 f

¹⁵ Vgl. Baacke, 2003, S. 198 f

¹⁶ Baacke, 2003, S. 199

die auf Ich-Synthese ausgerichtet ist. Die eigene Person wird demnach als einheitlich und handlungsfähig wahrgenommen. Die eigenen Intentionen sind darauf ausgerichtet, dass auch andere diese Gleichheit und Kontinuität erkennen. Dazu schreibt der Sozialpsychologe Heiner Keupp, dass „mit der Wahl des Begriffs der alltäglichen Identitätsarbeit wollen wir deutlich machen: Identität ist nicht etwas, das man von Geburt an hat, was die Gene oder der soziale Status vorschreiben, sondern wird vom Subjekt in einem lebenslangen Prozess entwickelt. (...) Subjekte arbeiten (indem sie handeln) permanent an ihrer Identität“.¹⁷ Daraus kann man ableiten, dass der Fortschritt einer gelungenen Identität vom gesellschaftlichen Wandel abhängig ist und dass das Identitätsprojekt unter ständigen Faktoren der Beeinflussung steht.

Betrachtet man nun, dass die Identität früher hauptsächlich in sozialer Interaktion entwickelt wurde, so tragen heute auch die Medien einen wichtigen Bestandteil dazu bei.¹⁸ Daraus lässt sich schließen, dass die Grenzen zwischen der Identitätsentwicklung offline und online immer mehr verwischen. Denn in der Entwicklungsphase unserer Identität machen wir immer wieder permanente Grenzerfahrungen zwischen der Online- und Offlinewelt. Dies bestätigt auch die Soziologin Sherry Turkle, denn sie sieht das Internet als „Identity-Workshop“, da „das Internet (...) zu einem wichtigen Soziallabor für Experimente mit jenen Ich-Konstruktionen und –Rekonstruktionen geworden [ist], die für das postmoderne Leben charakteristisch sind. In seiner virtuellen Realität stilisieren und erschaffen wir unser Selbst.“¹⁹ Dies kann bedeuten, dass eine Identitätskontrolle ohne Medien für Heranwachsende heutzutage kaum noch vorstellbar ist. Sie können mit Hilfe von Medien Gleichgesinnte finden, die den gleichen Musikgeschmack haben oder das gleiche Vorbild haben. Sie testen solche Identitätsentwürfe aus, indem sie die Frisur oder ihren Kleidungsstil nachahmen. Fernsehen und Internet sind für die Jugendlichen dabei ein wichtiger Bestandteil im Prozess der Identitätsentwicklung.

2.4 Medien im Jugendalter

Die Jugend heutzutage wird fast überall mit den Medien konfrontiert. Sei es zu Hause mit dem Fernseher oder Computer, unterwegs mit dem eigenen Handy oder die Info-screens an der Bahnhaltestelle. Doch gerade die „neuen“ Medien haben es ihnen angetan. Der Großteil der Jugendlichen wächst mit einer Fülle von Medien auf. Vor allem die „neuen“ elektronischen Medien sind ihnen geläufig, während die Eltern und Groß-

¹⁷ Keupp, 2006, S. 215

¹⁸ Vgl. Hurrelmann, 2010, S. 42

¹⁹ Turkle, 1998, S. 289 f

eltern damit eher nicht zurechtkommen.²⁰ Daraus kann man herleiten, dass sich Jugendliche mit den „neuen“ Medien, also allen elektronischen, digitalen und interaktiven Medien, mehr auseinandersetzen als Erwachsene. Diese Aussage bestätigt auch der Professor für Medienpädagogik und Mediendidaktik Kai-Uwe Hugger: „der Computer und das Internet nehmen eine zentrale Stelle in der Lebenswelt von Jugendlichen ein.“²¹ Schlussfolgernd kann man sagen, dass die Medien für Heranwachsenden im Alltag völlig normal sind. Der Umgang damit fällt ihnen, im Gegensatz zu den Eltern und Lehrern, leichter.²² Zwar spielt der Einfluss von den Eltern eine Rolle über das Grundmuster der Persönlichkeitsentwicklung,²³ doch „Jugendliche erschließen sich den Markt der Medien, insbesondere der „neuen“ Medien, deshalb in der Regel ohne maßgebliche Unterstützung vonseiten der Eltern und Pädagogen“.²⁴ Denn viele Heranwachsende haben ihr eigenes Handy oder sogar einen Computer im Kinderzimmer stehen. Einige herkömmliche Gegenstände wurden durch die elektronischen Medien ersetzt, wie der Wecker durch das Smartphone, die Zeitung durch das Tablet oder die Briefe durch E-Mails. Ebenfalls kann man dies so deuten, dass das Aufwachsen in der Medienwelt dazu beigetragen hat, dass sich die Jugendlichen daran gewöhnt haben mehrere Medien zur selben Zeit zu nutzen. So sitzen sie am Computer und nebenher läuft der Fernseher.²⁵ Denn die täglichen Unterhaltungen zwischen den Heranwachsenden, ob in der Realität oder online, beziehen sich nicht selten auf neue Posts auf *Facebook* oder was in der Lieblingsserie geschehen ist. Man könnte daraus herleiten, dass Jugendliche geradezu darauf angewiesen sind täglich Zeit im Internet und vor dem Fernseher zu verbringen, um dann im Freundeskreis mitreden zu können und nicht zum Außenseiter zu werden.

Im Folgenden werden unterschiedliche Medien vorgestellt und das Nutzungsverhalten von Jugendlichen als Basis für Kapitel 6 erläutert.

²⁰ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 196

²¹ Hugger, 2010, S. 30

²² Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S.196 f

²³ Vgl. Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 25

²⁴ Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 197

²⁵ Hurrelmann/Quenzel, 2013, S. 198

3 Quizshows im Fernsehen

Im folgenden Kapitel wird das Format „Quiz- und Gameshow“ im Allgemeinen vorgestellt. Im weiteren Teil wird der Aufbau und der Ablauf von zwei speziellen Quizshows aufgezeigt und deren Zielgruppe erläutert. Im Anschluss werden diese mit einander verglichen.

3.1 Quiz- und Gameshows

Es gibt Fernsehsendungen, die dem Zuschauer eher belanglos vorkommen mögen, aber Fernsehen ist eine wichtige gesellschaftliche Institution.²⁶ Zu den nicht belanglosen Formaten im Fernsehen gehören Quizshows und Gameshows, die stets eine gute Einschaltquote vorweisen können.²⁷ Doch man muss unterscheiden, da eine Quizshow nicht das gleiche wie eine Gameshow ist. Zwar kann man sagen, dass die Quizshow der Spielshow untergeordnet ist, dennoch bestehen gewisse Unterschiede. Während bei Spielsendung, wie zum Beispiel bei Schlag den Raab, ein Kandidat unterschiedliche Aufgaben lösen muss (Fragen beantworten oder Geschicklichkeitsspiele), wird bei der Quizsendungen das Augenmerk auf das Beantworten von Fragen gelegt. Man könnte sagen, dass der Kern einer Spielshow im Wettbewerb und der Kern einer Quizshow im Ratespiel liegen.

Die sogenannten Quizshows kann man ebenfalls in zwei Varianten unterteilen. Zum einen, dass ein Kandidat alleine zur Fragerunde antritt, wie bei *Wer wird Millionär?* und zum anderen, dass man in einem Team gemeinsam versucht die Raterunde zu bestreiten, wie beim *Quizduell im Ersten*.

3.2 Aufbau der Sendungen

In diesem Abschnitt werden die Quizsendungen *Wer wird Millionär?* und *Quizduell im Ersten* vorgestellt und aufgezeigt, wie die Sendungen im Einzelnen strukturiert sind. Das heißt vom Aufbau der Sendung, über die Fragerunde, bis hin zu dem möglichen Gewinn der Kandidaten.

²⁶ Vgl. Hallenberger, 1989, S. 2

²⁷ Vgl. Hallenberger, 1989, S. 4

3.2.1 Wer wird Millionär?

Die Quizshow *Wer wird Millionär?* mit dem Moderator Günther Jauch hatte ihre Erstausstrahlung am 3. September 1999 auf RTL, bis heute läuft die Quizsendung auf diesem Sender. Anfangs wurde die Quizsendung donnerstags bis montags in der Primetime des Senders gezeigt. Seit dem 6. Oktober 2000 läuft sie montags, freitags und samstags von 20.15 bis 21.15 Uhr, ausgenommen davon ist eine viermonatige Sommerpause.²⁸ Ihren Ursprung hat die Sendung in England, dort feierte das Format Riesenerfolge und gewann mehrere Preise. Von dort aus wurde das Konzept in 106 Länder auf der ganzen Welt verkauft.²⁹ In Deutschland sicherte sich die Produktionsfirma Endemol die Rechte an dem Konzept.³⁰ In den Anfangsjahren haben knapp zehn Millionen Menschen in Deutschland *Wer wird Millionär?* eingeschaltet. Wie man der Abbildung 1 entnehmen kann, sinkt diese Zahl in den Folgejahren. Erst in den Jahren 2009 und 2010 steigen die Zuschauerzahlen bis diese danach wieder kontinuierlich sinken. Durch Prominenten-Specials stiegen die Zuschauerzahlen zeitweise wieder. Bei der Ausgabe am 03. Juli 2013 hat die Quizsendung 6,82 Millionen Zuschauer erreicht. Dies entsprach einem Marktanteil von 23,6 %, ³¹ was weit über dem Schnitt im Jahr 2013 lag.

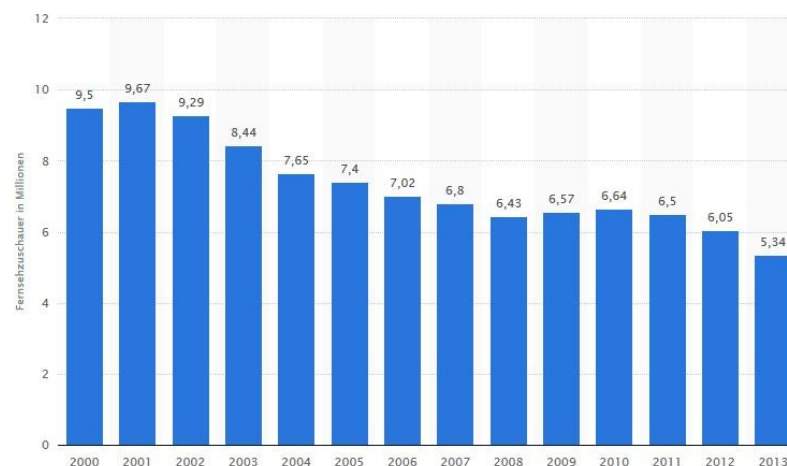


Abbildung 1: Zuschauerzahlen von *Wer wird Millionär?*

Lange Zeit waren die 14- bis 49- Jährigen die Zielgruppe von *Wer wird Millionär?*. Allerdings hat RTL seit längerem ihre Zielgruppe erweitert. Als Hauptzielgruppe sieht der

²⁸ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 111 f

²⁹ Vgl. N.N. <http://www.rtl.de>, 30.04.2015

³⁰ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 111

³¹ Vgl. N.N. <http://kommunikation.rtl.de>, 09.05.2015

Sender nun die 14- bis 59- Jährigen.³² Dies bedeutet, dass die 14- bis 16- jährigen darunter fallen, jedoch einen sehr geringen Teil der Zielgruppe übernehmen.

Ablauf

Der Ablauf der Sendung ist stets der Gleiche. Zu Beginn der Sendung werden die Kandidaten, die die Bewerbungsphase absolviert haben einzeln dem Publikum im Studio und den Fernsehzuschauern vorgestellt. Im Anschluss geht es in der ersten Frage-runde um Schnelligkeit. Die Kandidaten bekommen von Günther Jauch eine Frage gestellt mit 4 Antwortmöglichkeiten, die sie in die richtige Reihenfolge bringen sollen. Dafür haben die Kandidaten maximal 20 Sekunden Zeit.³³

Beispiel:

Ordne diese Sportarten nach der Größe der benutzten Bälle, beginnend mit dem kleinsten Ball:

- A: Basketball
- B: Golf
- C: Fußball
- D: Tennis

Antwort: BDCA

Derjenige, der die Antworten am schnellsten in die richtige Reihenfolge bringt und in den Computer eintippt, darf das Hauptspiel beginnen und sich in den Kandidatenstuhl zu Günther Jauch setzen. Im Anschluss wird der Kandidat und seine Begleitperson im Publikum vorgestellt. Daraufhin beginnt das eigentliche Spiel. Die Fragerunde erstreckt sich über 15 Fragen. Jede Frage hat vier Auswahlmöglichkeiten, von denen eine die richtige Antwort ist. Die erste Frage beginnt bei einer Gewinnstufe von 50 Euro. Bei jeder weiteren Stufe erhöhen sich die Schwierigkeit der Fragen und die Gewinnsumme. Bis hin zur 15. und letzten Frage, die einen Gewinnwert von 1 Millionen Euro hat. Zu Beginn der Fragerunde hat der Kandidat, seit September 2007 die Wahl, ob er die konventionelle Spielvariante oder die *Risikovariante* spielen möchte. Er muss sich vor Spielbeginn für eine der beiden Varianten entscheiden.

³² Vgl. N.N. <http://kommunikation.rtl.de>, 09.05.2015

³³ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 112

Bei der normalen Variante gibt es zwei Sicherheitsstufen, bei denen der Gewinn gesichert wird und der Kandidat bei einer falsch beantworteten Frage nicht, beziehungsweise nur bis zur Sicherheitsstufe, in den Gewinnstufen herabfällt. Die erste Sicherheitsstufe liegt bei der fünften Frage und bei einem Gewinnwert von 500 Euro. Die zweite Stufe erreicht der Kandidat bei der zehnten Frage und einem Gewinnwert von 16.000 Euro. Sollte der Kandidat vor einer Sicherheitsstufe eine Frage falsch beantworten, so fällt dieser entweder auf 0 Euro oder auf die vorherige Sicherheitsstufe zurück.³⁴ Nimmt man nun an, dass der Kandidat bei Frage vier die Frage falsch beantwortet, so fällt er auf 0 Euro zurück und geht ohne Gewinn wieder nach Hause. Steht der Kandidat bei Frage neun und beantwortet diese falsch, so fällt er auf die erste Sicherheitsstufe zurück und geht mit einem Gewinn von 500 Euro nach Hause. Sollte der Ratende die 15. Frage falsch beantworten, so fällt er auf die zweite Sicherheitsstufe zurück und erhält einen Gewinn von 16.000 Euro.

Der Kandidat erhält am Anfang des Spiels drei verschiedene Joker, die er zu jeder Zeit im Spiel einsetzen kann:

1. Der *50:50 Joker*: Bei diesem Joker werden von den vier Auswahlmöglichkeiten zwei falsche Antworten gestrichen.
2. Der *Telefonjoker*: Hier hat der Kandidat vor der Sendung drei Personen angegeben, die ihm telefonisch helfen können. Wenn er diesen Joker wählt, hat der Kandidat 30 Sekunden Zeit die Frage und die Antworten vorzulesen und auf die Antwort des Angerufenen zu warten.
3. Der *Publikumsjoker*: Bei diesem Joker ist das Publikum im Studio die Hilfe für den Kandidaten. Sie haben die Möglichkeit mit einer Abstimmungsfernbedienung unter den vier beziehungsweise zwei Auswahlmöglichkeiten, wenn der *50:50 Joker* in der gleichen Runde genutzt wurde, eine auszuwählen. Der Kandidat bekommt diese prozentual auf seinem Bildschirm in einem Balkendiagramm angezeigt.³⁵

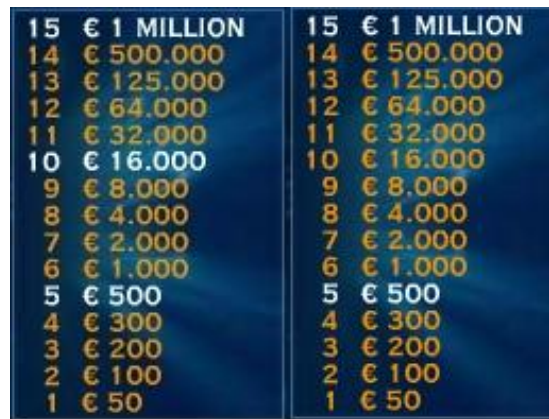
Der Kandidat muss weder bei dem Telefonjoker, noch beim Publikumsjoker die Antwort des Jokers einloggen. Er hat die freie Entscheidung diese Hilfe anzunehmen oder nicht.

³⁴ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 112 f

³⁵ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 112

Bei der Risikovariante gibt es statt zwei Sicherheitsstufen nur noch eine und zwar die Stufe bei Frage fünf und dem Gewinnwert von 500 Euro. Die andere Sicherheitsstufe fällt hingegen weg. Dafür bekommt der Ratende einen vierten Zusatzjoker. Es handelt sich hierbei um einen veränderten Publikumsjoker. Dieser funktioniert nicht wie der normale Publikumsjoker, bei dem jeder im Publikum abstimmt, sondern wenn der Kandidat eine Frage nicht beantworten kann (egal auf welchem Level), erhält er die Möglichkeit, jemanden im Publikum nach der richtigen Antwort zu fragen. Der Moderator bittet alle Zuschauer im Publikum, die diese Frage beantworten können, aufzustehen. Der Kandidat kann sich nun einen Zuschauer aussuchen, dem er die richtige Antwort zutraut. Der Moderator fragt den Zuschauer nach seiner Antwort. Jetzt kann sich der Kandidat entscheiden, ob er die Antwort annimmt oder nicht. Für diesen Joker gibt es kein Zeitlimit. Sollte der Kandidat die Antwort nehmen und diese ist richtig, so erhält der Helfer aus dem Saal 500 Euro. Eine weitere Veränderung gibt es bei dem Telefonjoker. Dieser kann vom Kandidaten nun anders genutzt werden. Der Kandidat kann nicht nur die drei Personen, die er angegeben hat anrufen, sondern per Zufallsgenerator Menschen in ganz Deutschland.³⁶ Zudem fragt der Moderator den Kandidaten, ob er für diesen Joker Vorgaben machen möchte: Soll die Frage von einem Mann oder einer Frau beantwortet werden? Wird eine bestimmte Stadt in Deutschland bevorzugt? Dieses kann unter Umständen eine große Hilfe für die Beantwortung sein. Mit diesen Vorgaben wird nun per Zufallsgenerator eine Nummer in ganz Deutschland gewählt und der Teilnehmer um Mithilfe bei der Beantwortung gebeten. Für die Beantwortung hat der Angerufene 30 Sekunden Zeit. Sobald jemand am Telefon ist, gilt der Joker als gespielt, egal ob er hilft oder nicht. Geht keiner ans Telefon, werden solange neue Nummern angerufen, bis jemand erreicht ist. Nach Abgabe einer Antwort durch den erweiterten Telefonjoker kann der Kandidat entscheiden, ob er die Frage beantworten möchte oder nicht.

³⁶ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 112



15	€ 1 MILLION	15	€ 1 MILLION
14	€ 500.000	14	€ 500.000
13	€ 125.000	13	€ 125.000
12	€ 64.000	12	€ 64.000
11	€ 32.000	11	€ 32.000
10	€ 16.000	10	€ 16.000
9	€ 8.000	9	€ 8.000
8	€ 4.000	8	€ 4.000
7	€ 2.000	7	€ 2.000
6	€ 1.000	6	€ 1.000
5	€ 500	5	€ 500
4	€ 300	4	€ 300
3	€ 200	3	€ 200
2	€ 100	2	€ 100
1	€ 50	1	€ 50

Abbildung 2: Links die Gewinnstufen der normal Variante und rechts die Risikovariante

Bei beiden Varianten ist es so, dass der Kandidat kein direktes Zeitlimit bei der Beantwortung der Fragen vorgegeben bekommt. Es gibt drei Möglichkeiten, wie das Spiel enden kann. Die erste ist, dass der Ratende alle Fragen korrekt beantwortet und die 1 Millionen Euro gewinnt. Die zweite Möglichkeit ist, dass er eine Frage falsch beantwortet und aus dem Spiel ausscheidet. Die letzte Variante ist, dass der Kandidat zu jeder Zeit im Spiel aufhören kann und den bis dahin erspielten Gewinn mit nach Hause nehmen kann. Diese Abfolge wird so lange durchgeführt, bis die Sendezeit von 60 Minuten abgelaufen ist. Falls beim Ende dieser Zeit ein Kandidat sich noch in einer Fragerunde befindet, wird diese unterbrochen und in der nächsten Folge wieder mit dem gleichen Kandidat fortgesetzt.³⁷

Durch die stets gleiche Struktur der Sendung, generiert sie mehrere Spannungsbögen in einer Folge. Dadurch, dass der Kandidat alle Gewinnstufen durchspielt, ergibt sich bei jeder Frage die Spannung, ob der Ratende die Frage richtig oder falsch beantwortet. Je weiter der Kandidat kommt, desto höher werden das Risiko und die Summe, die er verlieren kann. Eine weitere wichtige Rolle als Verstärkung der Spannung sind die unterschiedlichen Joker, die dem Kandidaten viele Optionen in der Variation des Spielablaufes, geben.³⁸ Aufgrund des regelmäßigen Ablaufs der Sendung ist das System der Sendung für den Zuschauer und auch für den Kandidaten leicht zu verstehen und es bietet durchgängig einen Spannungsfaktor. Hat der Kandidat die Frage richtig oder falsch? Wie weit kommt der Kandidat und wie viel gewinnt er? Daraus lässt sich ableiten, dass die Sendung für jeden interessant sein kann, dem dieses Spannungsprinzip gefällt. Allerdings sind die Fragen so breit gefächert, dass diese eher auf Erwachsene

³⁷ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 113

³⁸ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 118 f

bezogen sind. Denn es geht bei *Wer wird Millionär?* nicht immer nur darum, das abgefragte Wissen schnellst möglich abzurufen, sondern darum, dass die Kandidaten durch gezieltes Abwägen der Antworten und durch Schlussfolgerungen auf die richtige Antwort kommen. Die Fragen werden aus einem breiten Faktenwissen zusammengestellt, daher werden keine speziellen Kategorien abgefragt.³⁹

Es besteht die Möglichkeit während der Sendung, mit Hilfe eines Computers, auf der Online-Präsenz von RTL die jeweiligen Fragerunden mitzuspielen und selbst die Antworten auszuwählen und einzuloggen. Dadurch erlangt die Quizshow eine sehr hohe Interaktivität für den Zuschauer.⁴⁰ Schlussfolgernd kann man sagen, dass *Wer wird Millionär?*, welches seit Jahren im Fernsehen läuft, für den Zuschauer durchaus spannend sein kann, da der Fernsehzuschauer mit den Kandidaten mit fiebern kann beziehungsweise selbst die Fragerunden spielen kann. Sei es vor dem Fernsehgerät für sich selbst, beziehungsweise mit der Familie oder auf der Internetseite von RTL. Auch durch die breite Wissensabfrage ist die Quizsendung für viele Personen interessant, da sie sich nicht nur auf ein Spezialgebiet fixiert. Wenn zum Beispiel alle Fragen über Fußball gestellt werden, ist die Quizshow für nicht Fußballaffine Personen sehr uninteressant. Eine weitere Möglichkeit der Interaktivität bei der Quizsendung bietet sich dem Zuschauer durch die Nutzung des HbbTV, der Zuschauer kann dadurch von zu Hause aus mit der normalen Fernsehfernbedienung bei der Sendung mitspielen. Wenn *Wer wird Millionär?* live ausgestrahlt werden würde, könnten die Zuschauer auch als Live-Joker einbezogen werden. Denn die Daten-Übermittlung ins Fernsehstudio zu Günther Jauch wäre durch einen Rückkanal im Fernsehgerät möglich.⁴¹ Dadurch würde die Spannung beim Zuschauer noch mehr gesteigert werden, da er zu jederzeit, durch den Kandidaten, live in das Spiel eingreifen könnte. Da die Sendung aufgezeichnet wird, ist diese Variante für den Fernsehzuschauer nicht möglich.

3.2.2 Quizduell im Ersten

Die Quizsendung *Quizduell im Ersten* mit dem Moderator Jörg Pilawa hatte ihre deutsche Erstausstrahlung am 12. Mai 2014 in der ARD. Die Quizsendung hat ihre Sendezeit montags bis freitags ab 18 Uhr im Ersten. Eine Sendung dauert 50 Minuten.⁴² *Quizduell im Ersten* ist weltweit die erste interaktive Quizsendung, bei der man Live

³⁹ Vgl. Armbruster/ Mikos, 2009, S. 124

⁴⁰ Vgl. Ultsch, 2012, S. 39

⁴¹ Vgl. Ultsch, 2012, S. 39

⁴² Vgl. N.N. www.fernsehserien.de, 05.05.2015

mitspielen kann. Dies funktioniert mit Hilfe der gleichnamigen App, die sich jede Person mit einem Smartphone oder Tablet in dem jeweiligen App-Store kostenlos runterladen kann. Diese App wurde extra für die Show von FEO Media entwickelt. Wenn der Zuschauer diese App heruntergeladen hat, kann er sich dort mit einem Benutzernamen und Passwort anmelden. Danach müssen sogenannte Pflichtfelder ausgefüllt werden. Es handelt sich hierbei um Geschlecht, Alter und Bundesland.⁴³ Die originale Quizduell-App, der Vorreiter des *Quizduells im Ersten*, besteht, wie in Abbildung 3 zu sehen ist, aus 19 unterschiedlichen Kategorien.



Abbildung 3: Kategorienübersicht der originalen Quizduell-App

In der für die Show entwickelten App, kommen zu den 19 Kategorien noch vier weitere hinzu. Dazu zählen die „70er“, „80er“ und „90er“ sowie „Tagesschau“. Der restliche Aufbau der beiden Apps ist identisch. Der eigentliche Modus der gespielt wird, wird im Folgenden erläutert. In der ersten Ausstrahlungswoche nach dem 02. Februar 2015 kam die Quizshow im Ersten auf etwa 7,86 Millionen Zuschauer. Davon waren 1,44 Millionen Zuschauer, also 18,32 Prozent, zwischen 14 und 49 Jahren.⁴⁴

Ablauf

Der grundlegende Ablauf der Sendung ist stets der Selbe. Zwei Studiokandidaten spielen gegen alle in Deutschland (i.F. *Team Deutschland*), die zur Sendezeit die App gestartet haben. Es werden maximal 18 Fragen gespielt, welche sich in sechs

⁴³ Vgl. N.N. www.daserste.de, 05.05.2015

⁴⁴ Vgl. Sanchez, www.quotenmeter.de, 05.05.2015

Fragerunden zu je drei Fragen in jeweils einer bestimmten Kategorie aufteilen. Die jeweilige Kategorie wird vor der Runde ausgewählt.⁴⁵ Bei dieser Quizshow verfügen die Studiokandidaten über keine Joker. Sie müssen jede Frage mit ihren eigenen Schlussfolgerungen beziehungsweise durch ihr eigenes Wissen und ohne Hilfe selbst beantworten. Zu Beginn der Quizshow werden die zwei Kandidaten von dem Moderator Jörg Pilawa kurz vorgestellt. Anschließend beginnt die sogenannte Vorrunde, bei der die Studiokandidaten in 60 Sekunden so viele Fragen wie möglich beantworten müssen. Für jede richtige Antwort erhöht sich die Gewinnsumme um 1.000 Euro. Ist diese Vorrunde vorbei, starten die Kandidaten mit der Auswahl der ersten Kategorie. Sie wählen innerhalb von sieben Sekunden zwischen drei vorgegebenen Kategorien eine aus. Die Auswahl der Kategorie wechselt in jeder Runde zwischen den Kandidaten im Studio und *Team-Deutschland*. Bei *Team-Deutschland* entscheidet die Mehrheit über die Auswahl der Kategorie. Nach dieser Auswahl wird die gewählte Kategorie nochmals angezeigt. Nun beginnt das eigentliche Spiel. Zuerst beantwortet *Team-Deutschland*, zudem auch das Studiopublikum gehört, die drei Fragen. Wenn die App-Nutzer alle Fragen eingeloggt haben folgt die Beantwortung der gleichen Fragen durch die Kandidaten im Studio. Die App-Nutzer haben pro Frage und Antwort 15 Sekunden Zeit. Dies wird Ihnen mit Hilfe eines Zeitbalkens angezeigt. Sie müssen zwischen den vier Antwortmöglichkeiten wählen. Haben sie dies getan, wird das Feld gelb.⁴⁶ Sie wissen allerdings nach dem Antippen der Antwort noch nicht, ob diese Wahl richtig oder falsch ist. Haben die Nutzer alle drei Fragen beantwortet, startet das Studioteam. Erst wenn das Studioteam ihre Antwort angegeben hat, wird von Jörg Pilawa die richtige Antwort aufgedeckt. Nach jeder beantworteten Frage durch die Studiokandidaten aktualisiert sich die App und die Nutzer können auf ihrem Smartphone oder Tablet sehen, ob ihre Antwort richtig war und was *Team-Deutschland* und was die Studiokandidaten getippt haben.⁴⁷ Dieser Ablauf wiederholt sich nun in jeder der sechs Fragerunden.

Seit dem 02. Februar 2015 gibt es bei einigen Duellen eine neue Risikovariante. Hier können sowohl das Studioteam als auch das *Team-Deutschland* eine sogenannte Risikorunde wählen. Wenn die Studiokandidaten die Risikorunde wählen, müssen mindestens 50% von *Team-Deutschland* die korrekte Antwort gegeben haben.⁴⁸ Dies bedeutet, wenn nur 49,9% der mitspielenden App-Nutzer die richtige Antwort eingeloggt haben und somit trotzdem die Mehrheit haben, spricht 49,9% auf der richtigen Antwort und die restlichen 50,1% verteilt auf die anderen drei Antwortmöglichkeiten,

⁴⁵ Vgl. N.N. www.daserste.de, 05.05.2015

⁴⁶ Vgl. N.N. www.daserste.de, 06.05.2015

⁴⁷ Vgl. N.N. www.daserste.de, 06.05.2015

⁴⁸ Vgl. N.N. www.daserste.de, 07.05.2015

bekommt das *Team-Deutschland* keinen Punkt. Nur wenn es mehr als 50% sind, würde *Team-Deutschland* einen Punkt erhalten. Wenn nun die App-Nutzer eine Risikorunde wählen, darf nur einer der beiden Studiokandidaten bei der nächsten Frage antreten und diese beantworten.⁴⁹

In der Vorrunde erspielt sich das Studiopaar eine gewisse Gewinnsumme. Diese Summe kann während des Spiels erhöht werden. Allerdings kann dies nicht das Studiopaar, sondern nur *Team-Deutschland*. Denn mit jeder richtigen Antwort von den App-Nutzern, bei denen mindestens 50% der Teilnehmer richtig liegen, steigt die bisherige Gewinnsumme jeweils um 1.000 Euro an.

Spätestens nach allen 18 Fragen, endet das Spiel. Liegt allerdings ein Team schon vorher uneinholbar vorne, endet das Duell schon früher. Ist das Spiel nach der Sendezeit noch nicht zu Ende, wird dieses entweder in der nächsten Folge fortgesetzt oder durch ein Timeout-Signal beendet. Ist dies der Fall, hat das Team gewonnen, welches nach den Punkten vorne liegt. Wie eine Sendung endet, ob mit der Fortsetzung in der nächsten Show oder mit dem Timeout-Signal, entscheidet die Redaktion.

Gewinnen kann, abgesehen von den Studiokandidaten, jeder ab 14 Jahren, der die App installiert hat. In der App muss der Spieler sich mit seiner E-Mail-Adresse für das Gewinnspiel registrieren und bestätigen, dass die Teilnahme am Gewinnspiel gewollt ist, sowie die Teilnahmebedingungen akzeptiert werden.⁵⁰

Es gibt nun mehrere Möglichkeiten wie der Gewinn verteilt wird. Beim Studiopublikum kann ein zufällig ausgewählter Spieler 500 Euro gewinnen, wenn *Team-Deutschland* gewinnt oder es ein Unentschieden zwischen den App-Nutzern und den Kandidaten im Studio gibt.⁵¹ Wenn das Duell normal endet, wird die erspielte Gewinnsumme von *Team-Deutschland* und den Studiokandidaten wie folgt aufgeteilt.

- Sieg Studiokandidaten: Die gesamte Gewinnsumme geht an die beiden Kandidaten im Studio
- Sieg *Team-Deutschland*: Der gesamte Gewinnbeitrag wird unter zehn zufällig ausgelosten App-Nutzern zu gleichen Teilen aufgeteilt.

⁴⁹ Vgl. N.N. www.daserste.de, 07.05.2015

⁵⁰ Vgl. N.N. www.daserste.de, 07.05.2015

⁵¹ Vgl. N.N. www.daserste.de, 07.05.2015

- Unentschieden: Die Hälfte der Gewinnsumme geht an die beiden Studiokandidaten und die andere Hälfte des Gewinns wird unter zehn zufällig ausgelosten App-Nutzern aufgeteilt.⁵²

Aufgrund der unterschiedlichen Wissensgebieten und die Möglichkeit interaktiv die Quizshow zu schauen, scheint das *Quizduell im Ersten* das Potential für jugendliche Zuschauer zu bieten. Ein weiterer positiver Aspekt für Jugendliche ist, dass sie ab 14 Jahren ebenfalls am Gewinnspiel teilnehmen dürfen. Dadurch steigt nicht nur der Spannungsfaktor, sondern auch das Interesse an der ganzen Quizsendung.

3.3 Vergleich der Quizsendungen

Wenn man nun die beiden Quizsendungen *Wer wird Millionär?* und *Quizduell im Ersten* vergleicht, hat man zum einen mit *Wer wird Millionär?* eine Quizsendung, die zwar keine festen Kategorien in ihren Fragestellungen aufweist und dennoch ein breites Spektrum an Wissen abfragt. Denn umso weiter die Kandidaten kommen, umso komplexer werden die Fragen.

Betrachtet man nun in Abbildung 4 die Sinus Milieus, die RTL anspricht und lässt das *Prekäre Milieu* außer Acht, so sieht man, dass RTL mit eindeutiger Mehrheit das *Adaptiv-pragmatische Milieu* anspricht.

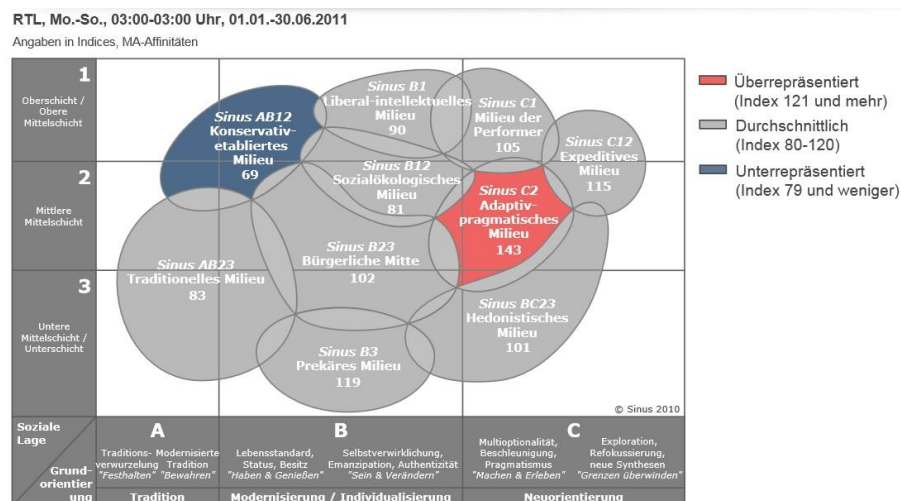


Abbildung 4: Sinus Milieus bezogen auf den Sender RTL

⁵² Vgl. N.N. www.daserste.de, 07.05.2015

Das *Adaptiv-pragmatische Milieu* hat einen Altersschwerpunkt von unter 40 Jahren. Es umfasst Personen mit einem mittlerem bis gehobenen Bildungsabschluss. Überwiegend handelt es sich um Frauen. Darüber hinaus charakterisiert sich dieses Milieu durch vorwiegend Doppelverdiener, die ein mittleres bis gehobenes Haushaltseinkommen haben.⁵³ Wirft man nun wieder einen Blick zurück auf das Konzept der Fragestellungen von *Wer wird Millionär?* und welches breite Spektrum diese abdecken, könnte man daraus schließen, dass auch das *Traditionelle Milieu* von der Quizsendung angesprochen wird. Hinweis darauf stellt der Altersschwerpunkt, der hier bei 65 Jahren aufwärts liegt, die meist in der Rente sind.⁵⁴

Betrachtet man nun die Quizsendung *Quizduell im Ersten* und deren Fragen, kann man sehen, dass diese nicht ganz so komplex sind und daher eher was für Jugendliche im Alter von 14 bis 16 sind. Zudem spricht die Show mit der App auch jüngeres Publikum an. Wirft man nun einen Blick auf Abbildung 5, sieht man, dass der Vorabend im ARD, zu dem auch *Quizduell im Ersten* gehört, zu dieser Uhrzeit nicht nur das *Traditionelle Milieu*, sondern auch das *Konservativ-etablierte Milieu* und das *Sozialökologische Milieu* anspricht. Das *Konservativ-etablierte Milieu* hat eine mittlere Altersgruppe mit einem hohen Einkommen. Ihnen ist unter anderem Kultur und Bildung wichtig und sie sehen sich selbst als gesellschaftliche Elite. Das *Sozialökologische Milieu* hat dagegen eine breite Altersverteilung und ein mittleres bis gehobenes Einkommen. Sie sehen sich als Kritiker beziehungsweise Aufklärer von Missständen.⁵⁵

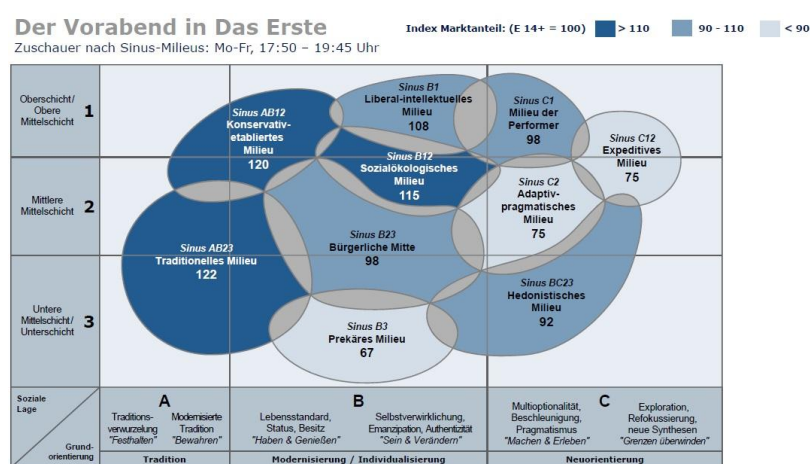


Abbildung 5: Sinus Milieu im Vorabend Programm der ARD

⁵³ Vgl. N.N. www.sevenonemedia.de, 10.05.2015

⁵⁴ Vgl. N.N. www.sevenonemedia.de, 10.05.2015

⁵⁵ Vgl. N.N. www.sevenonemedia.de, 10.05.2015

Dies sind aber nicht die einzigen Milieus, die am Vorabend des Senders angesprochen werden. Auch das *liberal-intellektuelle Milieu*, die *bürgerliche Mitte*, das *Milieu der Performer* und das *hedonistische Milieu* werden durchaus auch erreicht.

Man kann sagen, dass *Quizduell im Ersten* eine breitere Masse als *Wer wird Millionär?* anspricht. Vor allem Jugendliche werden von der ARD-Quizshow eher angesprochen als von *Wer wird Millionär?*. Dies kommt einerseits durch die frühere Sendezeit und andererseits durch die höhere Interaktion durch die App, bei der auch Jugendliche ab 14 Jahren mitspielen dürfen und gewinnen können.

3.4 Fernsehnutzung

In diesem Abschnitt wird das Nutzungsverhalten von Jugendlichen in Bezug auf Fernsehen untersucht. Laut statista.com besitzen etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen einen eigenen Fernseher. In 98% aller Haushalte, in denen Jugendliche heranwachsen, gibt es mindestens ein Fernsehgerät. Die durchschnittliche Nutzung der Jugendlichen lag im Jahr 2014 bei 95 Minuten pro Tag. Dies sind 3 Minuten mehr als im Jahr zuvor.⁵⁶ Doch welches Genre bevorzugen die Jugendlichen, wenn sie Fernsehen gucken?

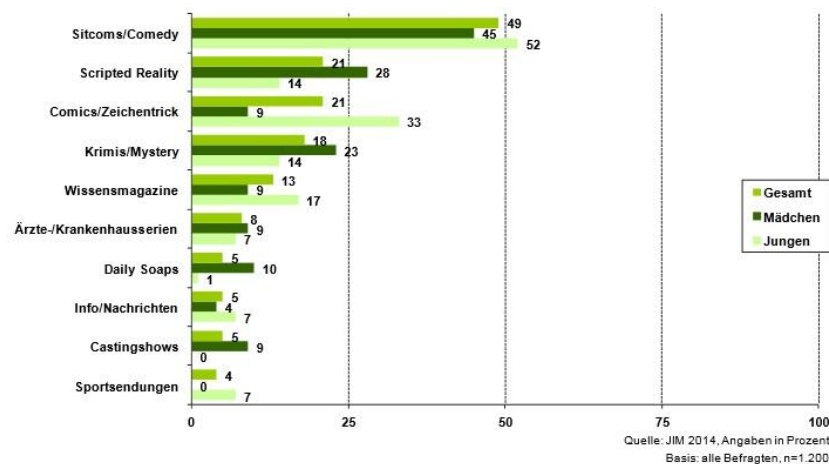


Abbildung 6: Lieblingssendungen im TV 2014

Die vorstehende Abbildung enthält die Lieblingssendungen im Fernsehen von Jugendlichen im Jahr 2014. Die Grafik zeigt, dass Serien aus den Bereichen Sitcoms/Comedy wie *How i met your mother* und Scripted Reality wie *Berlin Tag und Nacht* sowie Comics/Zeichentrick wie *Naruto* für die Heranwachsenden die beliebtesten Serien im

⁵⁶ Vgl. N.N. www.statista.com, 19.05.2015

Fernsehen sind. Ordnet man die behandelten Quizshows in der Kategorie ‚Wissensmagazine‘ ein, landen diese im mittleren Bereich. Schlussfolgernd kann man sagen, dass Quizshows für Jugendliche nicht zu den beliebtesten, aber auch nicht zu den unbeliebtesten Sendungen gehören. Ein Grund dafür könnte sein, dass zur Sendezeit auf einem anderen Programm etwas für den Jugendlichen interessanteres ausgestrahlt wird. Daher könnte man sagen, dass andere Fernsehformate, die beliebter als die oben genannten Quizshows sind, einen größeren Einfluss auf Jugendliche haben.

4 Spiele am Computer

Es gibt mittlerweile sehr viele Computerspiele, die sowohl von Jugendlichen als auch von Erwachsenen gespielt werden. Im Folgenden Kapitel werden zu Beginn die unterschiedlichen Genres im Bereich Computerspiele vorgestellt. Anschließend wird auf zwei Genres mit jeweils einem Spielbeispiel eingegangen.

In mindestens 98 Prozent aller Haushalte sind heutzutage Computer zu finden. 76 Prozent aller Jugendlichen haben in ihrem Jugendzimmer einen eigenen Computer oder Laptop. Diese werden regelmäßig von den Jugendlichen genutzt. Die 14- bis 16-jährigen verbringen täglich etwa 215 Minuten im Internet und 45 Prozent der Heranwachsenden im Alter von 12 bis 19 Jahren nutzen den Computer um Spiele zu spielen.⁵⁷

4.1 Unterschiedliche Genres im Bereich Computerspiele

Computerspiele können sehr vielfältig sein. Daher werden im Folgenden die unterschiedlichen Einteilungen der Spiele nach der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle aufgelistet und auf zwei bestimmte Genres näher eingegangen. Es gibt laut der USK 15 unterschiedliche Spiele-Genres, die auf der Internetseite präsentiert werden. Diese sind: klassisches Adventure, Action-Adventure, Arcade, Denkspiel, Jump 'n' Run, Gesellschaftsspiel, Kinder/Kreativ, Management, Simulation, Lifestyle, Sportspiel, Strategie, Genremix, Rollenspiel (RPG – Role Playing Game) und Shooter.

Im weiteren Verlauf werden die letzten beiden Genres „Rollenspiele“ und „Shooter“ genauer vorgestellt.

4.2 Rollenspiel – *World of Warcraft*

In einem Rollenspiel hat der Computerspieler im Gegensatz zu anderen Genres sehr viele Freiheiten. Der Schwerpunkt dieses Genres liegt darin, dass der Spieler seine virtuellen Charaktere selbst erschafft und diese stets weiterentwickelt. Der Spieler kann sich während des Spiels überlegen, ob er seine Charaktere sich eher im geistigen oder im körperlichen Bereich weiterentwickeln lassen möchte.⁵⁸ Weitere Möglichkeiten in

⁵⁷ Vgl. Jim Studie 2014

⁵⁸ Vgl. Lober, 2000, S. 9

der Weiterentwicklung des virtuellen Charakters bestehen darin, dass der Spieler ihn mit unterschiedlichen Ausrüstungsgegenständen bestückt oder zusätzliche Fähigkeiten erlernen lässt. Zudem definiert sich der Spielcharakter durch eine Vielzahl an Charakterwerten und Kampfwerten.⁵⁹ Darüber hinaus sind Rollenspiele auch eine Form von Strategiespielen, da sie oft eine komplexe Spielgeschichte haben, die der Spieler durchlaufen muss und sich zudem mit Fortschritt im Spiel entwickelt und in diversen Situationen unterschiedliche Lösungsvarianten anbietet.⁶⁰ Durch diese komplexen Geschichten ist es meist nicht möglich ein solches Spiel schnell durchzuspielen.

Eine Weiterentwicklung des RPG ist das MMOPRG („Massively Multiplayer Online Role-Playing Game“). Das MMORPG *World of Warcraft* wurde im Jahr 2004 von der Firma Blizzard veröffentlicht. Es wurde weltweit über 11 Millionen Mal verkauft.⁶¹ Der Unterschied zum klassischen RPG liegt darin, dass es in der Spielwelt lediglich weitere Computercharaktere gibt, während man bei MMORPG in der Spielwelt andere Menschen aus der ganzen Welt um sich hat, die das gleiche Spiel spielen.⁶² „MMORPGs zeichnen sich dadurch aus, dass der Spieler selbst durch einen Avatar (Spielcharakter) repräsentiert wird, die Spielwelt betreten und in ihr mit vielen anderen Spielern interagieren kann.“⁶³ Man kann daher von einer Ersatzwelt für die Spieler sprechen. Der Grundaufbau des MMORPG ist dem des RPG ziemlich ähnlich. Auch hier wird der Charakter des Spielers von diesem individuell weiterentwickelt. Die Ausrüstungsgegenstände beziehungsweise die Belohnungen für den Charakter erhält der Spieler durch erfolgreich gelöste Aufgaben. Zu Beginn des Spiels sind die Aufgaben noch eigenständig lösbar. Mit fortschreiten des Spiels werden die Aufgaben immer schwieriger und kaum bis gar nicht mehr alleine lösbar. Daher braucht der Spieler Verbündete. Diese Spieler helfen sich in Gruppen, um die unterschiedlichsten Aufgaben zu lösen und dementsprechende Belohnungen zu sammeln.⁶⁴ Diese Gruppenaufgaben werden bei *World of Warcraft* zum Beispiel Raids⁶⁵ genannt. MMORPGs laufen in Echtzeit, dies bedeutet dass der Spieler das Spiel nicht stoppen beziehungsweise anhalten kann.⁶⁶ Das heißt, wenn der Spieler nicht im Spiel sondern offline ist, läuft das Spiel in der virtuellen Welt weiter. Dies geschieht aufgrund der weltweiten Nutzung von Spie-

⁵⁹ Vgl. Decker, 2005, S. 31

⁶⁰ Vgl. Lindner/Wink, 2002, S. 38

⁶¹ Vgl. eu.blizzard.com, 11.05.2015

⁶² Vgl. Plöger-Werner, 2012, S. 33

⁶³ Plöger-Werner, 2012, S. 34

⁶⁴ Vgl. Plöger-Werner, 2012, S. 34

⁶⁵ Dies bedeutet einen Schlachtzug, in einer Gruppe von früher 40 Personen und heute noch mit 25 beziehungsweise 10 Spielern, durchzuführen.

⁶⁶ Vgl. Plöger-Werner, 2012, S. 34

lern des Spiels, da es sein kann, dass zu jeder Zeit von jedem Ort aus, ein Spieler online ist. Viele Onlinespiele werden stetig weiterentwickelt und es gibt Updates oder kostenpflichtige Erweiterungen.⁶⁷ Dies ist auch bei *World of Warcraft* der Fall. Hier werden ständig neue Erweiterungen produziert, wie zuletzt im November 2014. Die Erweiterung trägt den Namen ‚Warlords of Drenor‘ und wurde in den ersten 24 Stunden etwa 3,3 Millionen Mal verkauft.⁶⁸

Durch diese Erweiterungen, die immer wieder von Blizzard veröffentlicht werden, kommen auch immer neue Gegenstände in das Spiel, mit denen sich der Charakter des Spielers weiter ausbauen lässt oder er noch größere Besitztümer erlangen kann. Man kann sagen, in einem MMORPG übernimmt der Spieler die Rolle eines individuellen Charakters in einer dauerhaften Online-Welt, die von vielen Tausend anderen Spielern aus der ganzen Welt bevölkert wird.

4.3 Shooter – Counter-Strike

Shooter ist ein breiter Begriff, der schon bei alten Kampfspielen genutzt wurde. Da für die vorliegende Arbeit die aktuellen Entwicklungen der Jugendlichen im Zusammenhang mit Computerspielen von Bedeutung sind, wird im Folgenden nicht unmittelbar der Shooter definiert, sondern die speziellere Variante des ‚Ego-Shooters‘. Bei einem ‚Ego-Shooter‘ handelt es sich um ein Spiel, welches in der ‚First-Person‘ beziehungsweise in der ‚Ich-Perspektive‘ gespielt wird. Dies bedeutet, dass die Figur des Spielers nicht im Ganzen zu sehen ist, sondern lediglich der Arm mit der dazugehörigen Waffe. Dies weckt den Eindruck beim Spieler direkt im Spiel involviert zu sein.⁶⁹

Am 19. Juni 1999 wurde die erste Beta Version von *Counter-Strike* veröffentlicht. Die Story war noch einfach. Es gab zwei Teams. Zum einen die Terroristen und zum anderen die Polizei. Die Polizisten hatten die Aufgabe Geiseln aus der Hand der Terroristen zu retten.⁷⁰ Dieses anfängliche, noch überschaubare Szenario wurde mit der Zeit durch immer komplexere Taktiken zur Befreiung der Geiseln, von den Spielern erweitert. Es folgten daraufhin viele Überarbeitungen und neue Versionen, bei denen es einige Balance-Schwierigkeiten gab, sodass es zum Beispiel keine Fahrzeuge in das Spiel geschafft haben.

⁶⁷ Vgl. Plöger-Werner, 2012, S. 34

⁶⁸ Vgl. N.N. eu.blizzard.com, 11.05.2015

⁶⁹ Vgl. Rust/Händel, 2013, S. 73

⁷⁰ Vgl. Schneider, www.gamestar.de, 12.05.2015

Doch Ziel der Entwickler war es, ein Spiel zu entwickeln, das nicht nur für den Computer geeignet ist, sondern auch für die Konsolen.⁷¹ Mit ‚Counter-Strike: Global Offensive‘ ist das Urgestein wieder in der Moderne angekommen, dennoch ist das Spiel weiterhin weit von einer überdurchschnittlichen Grafik entfernt. Im direkten Vergleich mit der alten Version wird die massive grafische Veränderung am deutlichsten.

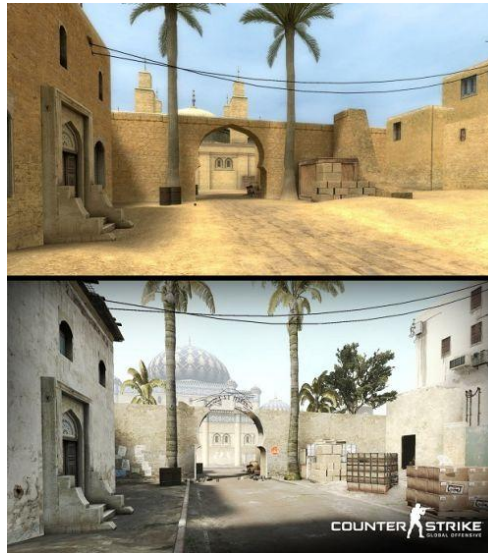


Abbildung 7: Oben CS-Source, unten CS-Global Offensive

Nicht nur die Beleuchtung hat sich gewandelt, auch die Vegetation sowie die Detailfülle sind gewachsen. Spiegelungen sind nun auffälliger und durch einen leichten Unschärfe Effekt wirken die Karten noch überzeugender. Auch an den Karten wurde gearbeitet, denn die bestehenden Karten wurden modifiziert, indem neue Gänge hinzugefügt beziehungsweise alte Gänge entfernt wurden.

Im Allgemeinen handelt es sich um ein sehr taktisch geprägtes Spiel, sodass das schlichte Töten von Gegnern zweitrangig ist. Im Vordergrund steht das Teamspiel und wie man am besten eine Taktik einsetzt, um zum Schluss zu siegen.

⁷¹ Vgl. N.N. cs.ingame.de, 12.05.2015

4.4 Vergleich zwischen *World of Warcraft* und *Counter-Strike*

Angefangen mit dem wohl komplexeren System von *World of Warcraft*. Die erste Auswahl, die der Spieler treffen muss ist, welches ‚Realms‘ er spielen möchte. Hier stehen dem Spieler vier unterschiedliche Arten zur Verfügung.

- ‚PvE – Player versus Environment‘: Dies ist die Standard Version. Sämtliche Kämpfe zwischen zwei Spielern müssen von beiden Seiten aus akzeptiert werden. Das Rollenspiel ist optional.
- ‚PvP – Player versus Player‘: In dieser Version kann der Spieler zu jeder Zeit von einer gegnerischen Fraktion fast überall angegriffen werden. Das Rollenspiel ist optional.
- ‚PvE-RP – Player versus Environment – Rollenspiel‘: Wie bei der Standard Version müssen hier die Kämpfe zwischen zwei Spielern von beiden akzeptiert werden. Das Rollenspiel wird vorausgesetzt.
- ‚PvP-RP – Player versus Player – Rollenspiel‘: Hier können die Spieler von der gegnerischen Fraktion fast überall angegriffen werden. Das Rollenspiel wird vorausgesetzt.⁷²

Hat man sich nun für einen Server entschieden, geht es mit der Auswahl des Charakters weiter. Wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist, stehen dem Spieler nun mehrere Optionen zur Auswahl.

⁷² Vgl. N.N. eu.battle.net, 13.05.2015



Abbildung 8: WoW - Charaktererstellungs-Interface

In dieser Auswahl kann der Spieler als erstes, wie links oben in der Abbildung zu sehen ist, aussuchen, ob er einen männlichen oder weiblichen Charakter spielen möchte. Danach geht es an die Auswahl des Volkes. Hier stehen dem Spieler acht beziehungsweise in den folgenden Erweiterungen zwölf spielbare Völker zur Verfügung. Diese zwölf Völker sind in zwei Fraktionen aufgeteilt. Zum einen die ‚Allianz‘ und zum anderen die ‚Horde‘. Diese Auswahl ist insofern wichtig, dass nur Spieler, die sich in der gleichen Fraktion mit anderen Spielern befinden, mit diesen kommunizieren können. Dies ist in der Abbildung 8 farblich gekennzeichnet. Man erkennt welches Volk zu welcher Fraktion gehört. Hat man sich für ein Volk und somit eine Fraktion entschieden, geht es weiter mit der Auswahl der Klasse des Charakters. Hier hat der Spieler elf unterschiedliche Klassen zur Verfügung. Der Unterschied der Klassen liegt darin, dass jede für sich unterschiedliche Fähigkeiten besitzt. Allerdings kann man nicht mit jedem Volk alle Klassen auswählen. Wie in Abbildung 8 zu erkennen ist, steht die Auswahl auf dem Volk ‚Menschen‘. Diese haben im Bereich der Klassen keine ‚Druide‘ und keine ‚Schamane‘ zur Auswahl, da diese grau hinterlegt sind. Hat man dies abgeschlossen, kann man seine Charaktere nun vom Aussehen verändern. Dabei ist es egal, welches Geschlecht man gewählt hat. Anschließend muss der Spieler seinem Charakter noch einen Namen geben. Hat der Spieler diese Schritte abgeschlossen, muss er sich noch im Klaren sein, welche Rolle seine Charaktere übernehmen soll. Dabei hat er drei zur Auswahl:

- **Tank:** Tanks haben mehr Leben als andere Charakterrollen und sind dazu da, andere Spieler oder Monster auf sich zu ziehen und somit die anderen Charaktere zu schützen, die weniger Leben haben.

- *Heiler*: Die Heiler sind dazu da, ihre Mitspieler stets mit neuem Leben zu versorgen. Sodass alle längst möglich am Leben sind und ihre Aufgabe beenden können.
- *Schadensverursacher*: Diese Rolle hat zwar weniger Leben, allerdings können sie sehr schnell angreifen und Schaden verursachen. Ziel dieser Rolle ist es, so schnell wie möglich den Gegner zu besiegen.⁷³

Erst nach diesem Auswahlverfahren kann der Spieler mit dem eigentlichen Spiel beginnen. Wichtig ist nun seinem Charakter neue Fähigkeiten beizubringen. Zu Beginn des Spiels sind es wenige Fähigkeiten, die der Charakter erlernen kann. Dies ändert sich allerdings im weiteren Spielverlauf. Es geht nun darum, dass der Spieler sogenannte ‚Quests‘⁷⁴ findet und erledigt. Für jede ‚Quest‘ erhält der Spieler Belohnungen, sei es Goldmünzen oder Gegenstände, die er sammeln und damit seinen Charakter ausrüsten kann. Diese sind in sieben Kategorien zusammengefasst:

- ‚Normale Quests‘: Dies sind die häufigsten Aufgaben im Spiel. Diese kann der Spieler alleine bewältigen.
- ‚Gruppenquests‘: Diese Aufgaben sind etwas schwerer als die Normalen Quests und sollten in einer Gruppe erledigt werden.
- ‚Dungeonquests‘: Diese Aufgaben erfordern eine Gruppe um sie Erledigen zu können, da sie schwerer zu bewältigen sind als andere.
- ‚Heroische Quests‘: Dies ist die erweiterte und schwierigere ‚Dungeonquest‘.
- ‚Schlachtzugquests‘: Bei diesen Aufgaben sind Gruppen von 10 bis 25 Spielern erforderlich um sie zu bewältigen. Sie ähneln der ‚Dungeonquests‘
- ‚PvP-Quests‘: Hier muss der Spieler andere Spieler zum Kampf herausfordern und diesen Gewinnen um belohnt zu werden.
- ‚Tägliche-Quests‘: Diese Aufgaben, kann man pro Tag einmal versuchen. Scheitert der Spieler, kann er es am nächsten Tag erneut versuchen.⁷⁵

⁷³ Vgl. N.N. eu.battle.net, 13.05.2015

⁷⁴ Quests sind Aufgaben die dem Spieler gestellt werden

⁷⁵ Vgl. N.N. eu.battle.net, 13.05.2015

Je nachdem wie weit der Spieler kommen möchte, muss er stets auf solche ‚Quests‘ zurückgreifen, da es bei erfolgreichem Absolvieren unterschiedliche Belohnungen gibt. Eine andere Spielmöglichkeit ist die, dass der Spieler dem Rollenspiel nachgeht. Hier hat er enorm viele Möglichkeiten, zum Beispiel ein Haus zu bauen oder einen Garten anzulegen. Auch hat er die Möglichkeit die Charaktere eines anderen Spielers zu heiraten.

In den vorangegangenen Ausführungen wurde nur an der Oberfläche des Spiels gekratzt, es birgt noch viele andere Möglichkeiten, die der Spieler hat. Durch diese Breite des Spiels, könne unterschiedliche Vorlieben ausgelebt werden. Der Spieler kann in eine Fantasy-Welt abtauchen und diese unterschiedlich gestalten. Das Spiel ist ab 14 Jahren freigegeben und deshalb von offizieller Seite aus geeignet. Darüber hinaus scheint das Spiel mit den vielfältigen Entfaltungsmöglichkeiten und der Bandbreite an individuellen Gestaltungsvariationen ein Spiel für Jugendliche im Kontext der Entwicklungsaufgaben zu bieten. Dieser Aspekt wird in Kapitel 6 genauer beleuchtet.

Auf der anderen Seite steht *Counter-Strike*, ein Spiel, das nicht durch seine Spielbreite Jugendliche überzeugen soll, sondern auch durch die Strategie, die hinter jeder Runde steckt. Während man bei WoW in eine andere Welt versinkt, die kein Ende findet, spielt man bei Counter Strike Runde für Runde. Man hat nur wenige Minuten Zeit, um die Runde für sich beziehungsweise für sein Team zu entscheiden. Dazu gibt es unzählige Strategien, die das Team für jede Karte nutzen kann. Dabei kommt es darauf an, welchen Modus man spielt. Nimmt man an es wird eine Runde im Modus des Bomben legen und entschärfen gespielt und man befindet sich auf der Seite der Terroristen, denjenigen, die die Bombe legen müssen, so muss diese solange verteidigt werden, bis sie explodiert. Hier kann das Team zum Beispiel entscheiden, ob sie geschlossen (im Team) auf einen Bombenspot rennt, um dort die Bombe zu legen oder ob sie mit einem Ablenkungsmanöver nur vortäuscht auf den einen Spot zu rennen. Es wird damit vom Spieler ein gewisser Grad an Teamfähigkeit abverlangt.

4.5 Nutzungsverhalten des Computers

Im folgenden Abschnitt wird ein Blick auf das Nutzungsverhalten von den Heranwachsenden in Bezug auf Computerspiele geworfen.

Wie man der Abbildung 11 entnehmen kann, haben mehr als 90 Prozent aller Jugendlichen zu Hause einen Internetanschluss. 75 Prozent besitzen einen eigenen Computer

beziehungsweise Laptop. 93 Prozent der Jugendlichen im Alter von 14 bis 16 Jahren spielen manchmal oder häufig in ihrer Freizeit Computerspiele.⁷⁶

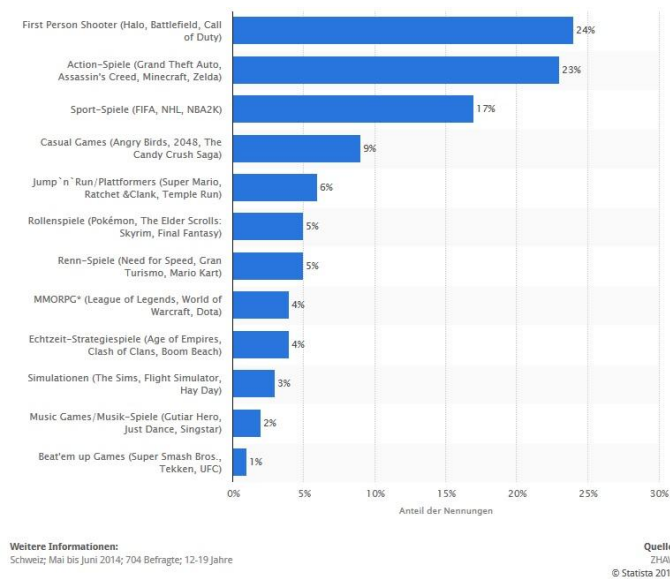


Abbildung 9: Lieblingscomputerspiele 2014

2013 spielten 29 Prozent der Jugendlichen Onlinespiele, während es 2000 „nur“ fünf Prozent waren.⁷⁷ Laut der vorliegenden Grafik entspricht der Ego-Shooter mit 24 Prozent den Lieblingsgenre im Bereich Computerspiele. Dazu gehört auch *Counter-Strike*. Abgeschlagen auf den hinteren Rängen befindet sich mit vier Prozent das MMORPG, dazu gehört *World of Warcraft*.

⁷⁶ Vgl. N.N. www.statista.com, 19.05.2015

⁷⁷ Vgl. 15 Jahre JIM-Studie

5 Smartphone Applikationen

Laut Jim-Studie besitzen aktuell 88 Prozent der Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren ein Smartphone. Damit stellt das Smartphone ebenfalls ein relevantes Medium dar. Daher werden im folgenden Abschnitt zwei bekannte Apps für Smartphones vorgestellt.

5.1 Facebook als App

Mark Zuckerberg und Facebook dürfte heutzutage jedem ein Begriff sein. Mark Zuckerberg gründete 2004 mit Dustin Moskovitz und Chris Hughes das Unternehmen Facebook.⁷⁸ Facebook ist ein sogenanntes soziales Netzwerk und somit ein Nachfolger von *wer kennt wen?*, *Studivz* oder *Schülervz*. Es ist eine Art Treffpunkt im Internet. Nach einiger Zeit wurde die dazugehörige App entwickelt, die es möglich machte von einem internetfähigen Smartphone mobil auf Facebook zuzugreifen. Die Personen, die sich auf der Webseite oder der App anmelden, legen sich dort ein virtuelles Profil an und können sich danach mit anderen Menschen weltweit vernetzen, das heißt sie können Freunde zum eigenen Profil hinzufügen. Man kann nun eine weitere App von Facebook, den ‚Messenger‘, nutzen. Durch diesen ist es möglich in Echtzeit mit seinen Freunden zu chatten. Der User kann über die normale Facebook-App Fotos zu seinem Profil hinzufügen oder angeben wie alt er ist, wo er herkommt oder wo er arbeitet. Der Nutzer hat nun drei Möglichkeiten, wie er kommuniziert. Entweder schreibt er einer Person Privatnachrichten, sodass diese nur von den beiden beteiligten Personen gelesen werden oder er schreibt in die Chronik⁷⁹ einer anderen Person. Dies bedeutet, dass alle Freunde der Person diese Nachricht sehen können. Die dritte Variante ist, dass der Nutzer es an die Pinnwand schreibt, dann können es, je nach Einstellung, alle User von Facebook sehen. Aber auch Fotos, Videos oder Links zu anderen Webseiten können versendet werden. Andere User können nun die Nachrichten, die öffentlich zugänglich sind, kommentieren oder „ liken“⁸⁰. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, verschiedene Gruppen oder Veranstaltungen zu gründen oder diesen beizutreten. Facebook können sowohl private Personen als auch Unternehmen nutzen.⁸¹ Die Reichweite von Facebook stieg in den letzten Jahren enorm an. Anfang 2009 nutzten 197 Millionen Menschen Facebook. Anfang 2015 waren es weltweit bereits über 1,4 Milliar-

⁷⁸ Vgl. N.N. www.staffxperts.de, 17.05.2015

⁷⁹ Chronik ist die virtuelle Profilseite einer Person

⁸⁰ „Liken“ bedeutet einen Beitrag gut zu finden und dies mit einem Button zu bestätigen

⁸¹ Vgl. N.N. www.staffxperts.de, 17.05.2015

den Menschen, die *Facebook* aktiv nutzten.⁸² Auch die Nutzung der App stieg rasant an. Anfang 2009 nutzten diese 35 Millionen Menschen und Anfang 2015 waren es über 1,2 Milliarden Menschen weltweit.⁸³ Die Anmeldung und die Apps sind jeweils kostenlos.

5.2 *WhatsApp*

WhatsApp gilt als der Nachfolger der SMS. Jedes internetfähige Handy kann sich den Instant Messenger herunterladen und damit kostenlos Nachrichten an andere ‚*WhatsApp*-User‘ verschicken oder empfangen. Dies funktioniert allerdings auch nur mit einer Internetverbindung - entweder durch mobiles Internet oder WLAN. Aber nicht nur Nachrichten lassen sich damit verschicken, auch Bilder sind problemlos zu verteilen. Mittlerweile besteht zudem die Möglichkeit über den Messenger mit anderen Usern zu telefonieren. Zu weiteren Funktionen gehört das Verschicken von Videos, Sprachnachrichten, Standorten, Kontakten oder Audioaufnahmen. *WhatsApp* ist im ersten Jahr kostenlos und muss erst ab dem zweiten Jahr mit 0,89 Euro bezahlt werden. Offiziell ist die App ab 16 Jahren erlaubt. Allerdings wird dies von den Herstellern nicht kontrolliert.

Da die App eine gute Alternative zur herkömmlichen SMS oder MMS bietet, ist es gerade für Jugendliche sehr ansprechend. Die Nachrichten können beliebig lang sein. Zudem besteht die Möglichkeit entweder mit nur einer Person zu schreiben oder einen ‚Broadcast‘ zu verwenden, wodurch dem Nutzer erlaubt wird, die gleiche Nachricht an mehrere Empfänger gleichzeitig zu senden. Zudem kann ein User einen Gruppenchat eröffnen. Im Rahmen dessen können nur von dem Gruppenersteller neue Personen hinzugefügt werden. Dadurch ist es übersichtlich und es können keine unberechtigten Personen, wie zum Beispiel Eltern oder Lehrer in die Gruppe eintreten. Möchte man mit einer Person keinen Kontakt mehr haben, kann man diesen auf eine Blockierliste setzen. Diese kann man zu jeder Zeit aktualisieren und somit Personen zur Blockierliste hinzufügen oder entfernen.⁸⁴ *WhatsApp* nutzten Anfang 2015 weltweit 700 Millionen Smartphonebesitzer. Somit ist die App die meist genutzte mobile Messaging App der ganzen Welt.⁸⁵

⁸² Vgl. N.N. de.statista.com, 17.05.2015

⁸³ Vgl. N.N. de.statista.com, 17.05.2015

⁸⁴ Vgl. N.N. www.internet-abc.de, 17.05.2015

⁸⁵ Vgl. N.N. de.statista.com, 17.05.2015

5.3 Nutzungsverhalten bei Smartphone-Apps

In diesem Abschnitt wird auf Smartphones beziehungsweise deren Applikationen und das dazugehörige Nutzungsverhalten der 14- bis 16- jährigen eingegangen. Wie der Abbildung 11 zu entnehmen ist, besitzen fast alle Jugendlichen ein Handy und knapp 90 Prozent ein Smartphone mit Touchscreen. Davon sind 94 Prozent internetfähig und somit besteht die Möglichkeit zur Nutzung von Apps.⁸⁶

Betrachtet man zuerst die allgemeine Handynutzung, so stellt man fest, dass es durch die Entwicklung der Technologie zu einer veränderten Nutzungsgewohnheit der Jugendlichen gekommen ist. Während bei den herkömmlichen Handys Telefonieren und das Schreiben von SMS die ersten beiden Positionen einnehmen, fallen diese nun bei den Smartphones hinter die Nutzung von Musik und der mobilen Internetnutzung. Zudem wird das Smartphone als Wecker oder als Kamera eingesetzt.

Wie in der Abbildung 10 zu sehen ist, liegt *Facebook* mit 49,5 Prozent auf Rang zwei der beliebtesten Apps und ist trotzdem weit entfernt zu *WhatsApp*, welches mit 87,5 Prozent Platz eins einnimmt. Jugendliche können zwar auf *Facebook* alles teilen, was in ihrem Leben vorgeht, scheinen dennoch *WhatsApp* zur schnellen Kommunikation zu bevorzugen.

Vergleicht man nun die beiden Apps, hat man auf der einen Seite das größte Soziale Netzwerk mit über 1,2 Milliarden mobilen Nutzern und auf der anderen Seite den größten Instant Messenger der Welt mit 800 Millionen mobilen Nutzern.⁸⁷ In Deutschland nutzen insgesamt 28 Millionen Menschen *Facebook* und davon wiederum nutzen 17,1 Millionen *Facebook* mobil. Schaut man nun auf die Altersverteilung der 28 Millionen deutschen Usern, erkennt man, dass dazu 11,69% Jugendliche im Alter von 13 bis 17 Jahren gehören.⁸⁸ Dies sind mehr als 3,2 Millionen Jugendliche. Doch auch wenn *Facebook* mehr Nutzer als *WhatsApp* hat, nennen Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren Instant Messenger, wozu auch *WhatsApp* gehört, zu den wichtigsten Smartphone Apps. Wie man auf Abbildung 10 sehen kann, folgt erst auf Platz zwei Communities wie *Facebook*.

⁸⁶ Vgl. JIM-Studie 2014

⁸⁷ Vgl. N.N. de.statista.com, 17.05.2015

⁸⁸ Vgl. N.N. de.statista.com, 17.05.2015

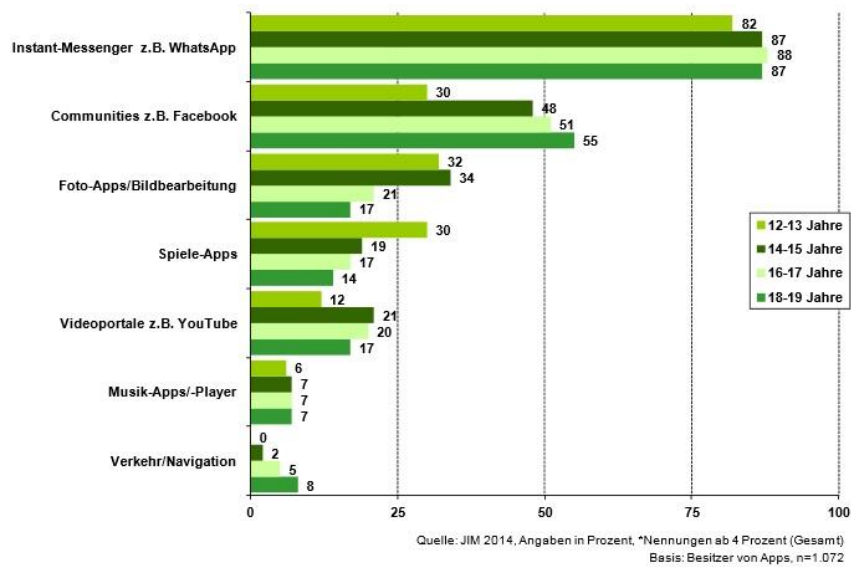


Abbildung 10: Die wichtigsten Smartphone-Apps* 2014

Zwar nutzen die Heranwachsenden neben *WhatsApp* im Schnitt 18 andere Smartphone-Apps, doch wie aus der Grafik hervorgeht, gehören *Facebook* und *WhatsApp* zu den beliebtesten Applikationen für Jugendliche.

6 Einfluss der behandelten Medien auf Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren

Welchen Einfluss haben die in dieser Arbeit behandelten Medien auf Jugendliche im Alter von 14 bis 16 Jahren? Auf diese Frage wird im folgenden Kapitel eingegangen.

Es ist unumstritten, dass Jugendliche heutzutage stets mit Medien in Berührung kommen. Die Medien verschmelzen immer mehr. So kann man beispielsweise mit dem Computer, mit dem Fernsehgerät oder mit dem Smartphone im Internet surfen. Genauso besteht die Möglichkeit mit allen Geräten fernzusehen oder mit dem Computer, manchen TV-Geräten und Programmen wie ‚Skype‘ zu telefonieren. Doch trotz dieser Bandbreite gibt es keine nennenswerte Reduzierung der einzelnen Geräte in den Haushalten in Deutschland. Denn von 1200 befragten Jugendlichen, haben fast alle Haushalte ein Handy oder ein Smartphone, ein Fernseher, einen Computer beziehungsweise einen Laptop und einen Internetzugang.⁸⁹ Daraus lässt sich schließen, dass Jugendliche schon von klein auf an die Medienwelt gewöhnt werden, da sie mit diesen aufwachsen. Sie lernen den Umgang und kennen ein Leben ohne diese Medienlandschaft nicht. Dies bestätigt auch folgende Grafik:

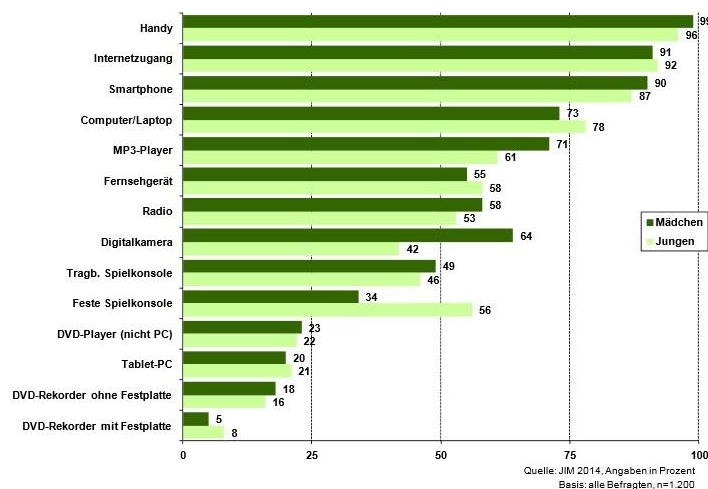


Abbildung 11: Gerätebesitz Jugendlicher 2014

Wie man dieser Grafik entnehmen kann, besitzen mehr als die Hälfte der Jugendlichen einen eigenen Fernseher. Mehr als 75 Prozent der Heranwachsenden sind im Besitz

⁸⁹ Vgl. JIM-Studie 2014

eines eigenen Computers beziehungsweise eines Laptops. Doch am häufigsten besitzen die Jugendlichen ein Handy beziehungsweise ein Smartphone. Antwortet man nun mit der Quantität auf die Frage, ob ein Einfluss durch die Medien auf Jugendliche besteht, kann man annehmen, dass aufgrund der Vielfalt und der Häufigkeit der Nutzung ein Einfluss besteht.

Dies nahm bereits 1985 der Professor für Kommunikationswissenschaft Claus Eurich an. Er vermutete, dass die Jugendlichen von den Medien geprägt sein werden:

„Der Computer, das zeigt sich jetzt schon, wird die heranwachsende Generation und damit die Gesellschaft als ganze verändern, umkrempeln. Es werden andere Menschen sein, die mit dem Computer im Kinderzimmer groß werden. Sie werden anders denken, anders sprechen, sich anders verhalten, anders handeln. Sie werden eine Kluft zwischen den Generationen aufreißen, die wohl ohne historisches Vorbild ist und die mit wechselnden Moden und Gewohnheiten die für Kinder in der Industriegesellschaft schon immer charakteristisch waren, nicht verwechselt werden darf. Nachrichten- bzw. Informationsübertragung und Datenverarbeitung/ Computertechnik verschmelzen miteinander, und mit beiden verschmilzt der in der so gebauten Welt groß werdende Mensch.“⁹⁰

Die Generation auf die sich Eurich hier bezieht, wären heute die Eltern der aktuell Heranwachsenden. Daher kann man sagen, dass diese Generation von den Medien beziehungsweise vom Computer beeinflusst wurde, wie es Eurich andeutet. Denn die Sprache zum Beispiel, hat sich durchaus geändert. Die Jugendlichen nutzen beispielsweise in bestimmten Kontexten beispielsweise in ihren Peergroups, das heißt im täglichen Sprachgebrauch neue Wörter beziehungsweise Abkürzungen aus dem Internet. Beispiele dafür stellen die Ausdrücke *lol*, das für „laughing out loudly“ zu Deutsch „Laut am Lachen“ steht oder *wayne*, das „egal“ bedeutet, dar.⁹¹ Zudem werden Wörter wie downloaden oder uploaden, die aus dem Medienbereich stammen, in den allgemeinen Sprachgebrauch etabliert. Der Ursprung dessen kann nicht eindeutig belegt werden, jedoch scheint ein Zusammenhang zwischen den Veränderungen und dem Medienzeitalter nicht aus zu schließen zu sein.

Bezieht man sich nun dabei auf die Entwicklungsaufgaben der Heranwachsenden, die in Kapitel 2.2 erläutert wurden und vergleicht diese nun mit den behandelten Computerspielen, könnte man davon ausgehen, dass die Jugendlichen sich mit ihrem Avatar im Spiel identifizieren. Dies ist wichtig, um im Spiel zu gewinnen. Die Figur scheint dabei für den jugendlichen Spieler identitätsrelevante Funktionen zu erfüllen. Ist der Avatar vorgegeben, wie es in *Counter-Strike* der Fall ist, versucht der Heranwachsende

⁹⁰ Eurich, 1985, S. 8

⁹¹ Vgl. N.N. <http://www.stupidedia.org>, 18.06.2015

sich mit den Eigenschaften des Avatars zu identifizieren. Dies kann durch Film und Fernsehen ähnlichen Charakteren gefördert werden. Kann der Jugendliche seinen Avatar nach eigenen Vorlieben gestalten, wie es in *World of Warcraft* der Fall ist, so kann er diesen Identifikationsprozess individuell nach seinen Phantasien oder Zielen gestalten.⁹² Einerseits könnte der Spieler einfach irgendeinen Charakter gestalten und diesen beliebig aussehen lassen. Dies würde bedeuten, dass das Medium kaum Relevanz und damit wenig Einfluss auf den Jugendlichen hat, da es ihm egal ist, wie sein virtueller Avatar aussieht. Auf der anderen Seite kann der Heranwachsende ein verbessertes „Ich“ gestalten, indem er den Charakter in seinen Augen idealistisch aussehen lässt. Nehmen wir an, der Jugendliche ist klein und hat Übergewicht, so könnte er seinen Charakter groß, schlank und muskulös aussehen lassen. Dies würde bei den Entwicklungsaufgaben unter ‚Konsumieren‘ fallen, da der Heranwachsende sich auf das Medienangebot einlässt und es ausprobieren soll. Daraus folgt, dass Jugendliche durch Computerspiele wie *Counter-Strike* und *World of Warcraft* beeinflusst werden. Dies beginnt schon mit der Wahl des virtuellen Charakters, wie dieser Aussehen soll und welche Eigenschaften er besitzen beziehungsweise erlernen soll. Dies bestätigt auch Hugger:

Avatare – und hierbei vor allem die relativ individuell gestaltbaren offenen Avatare – sind mehr als lediglich virtuelle Spiel(er)figuren, die man benötigt, um an Computerspielen teilzunehmen oder in virtuellen Umgebungen anwesend zu sein: Sie sind grafische Verkörperungen der Spieler in digitalen Räumen und können in diesem Sinne Projektionsfläche für Wünsche und Bedürfnisse, Darstellungsvehikel für verschiedene Identitätsanteile, provokante Experimente oder Abbildungen der realen Identität sein und damit identitätsrelevante Funktionen erfüllen. Zwar sind diese Stellvertreter hinsichtlich ihres Seins, d.h. ihrer materiellen Existenz, virtuell, da sie nur auf digitalen Codes beruhen, aber hinsichtlich ihrer sozialen und emotionalen Bedeutung können sie als durchaus real beschrieben werden.⁹³

Dies bedeutet, dass die Distanz zwischen der virtuellen Persönlichkeit und der realen Persönlichkeit von Jugendlichen verringert wird. Die Bedeutung dessen scheint sehr hoch, da die Heranwachsenden sich damit identifizieren und sich ein dahingehender Einfluss der Computerspiele auf die Heranwachsenden herauskristallisiert. Dadurch, dass der Jugendliche bei *World of Warcraft* seinen Avatar selbst gestalten kann und diesem viele unterschiedliche Fähigkeiten beibringen kann, liegt die Beeinflussung des Spiels wohl höher, als die von *Counter-Strike*, bei dem der Jugendliche einen festen Avatar sowie feste Einstellungen dessen vorfindet. Dies liegt eventuell auch daran,

⁹² Vgl. Hugger, 2014, S.185

⁹³ Hugger, 2014, S. 189 f

dass *World of Warcraft* näher an der Realität liegt als *Counter-Strike*, da das Spiel nicht Runden basiert ist und der Jugendliche mit seinem Avatar nicht nur kämpft, sondern auch ein Haus bauen kann oder kochen lernen kann. Daher durchläuft der Jugendliche nicht nur im realen Leben seine Entwicklungsphasen, sondern auch in der virtuellen Welt und kann diese miteinander verknüpfen. Er kann über das Spiel auch soziale Kontakte knüpfen, so wie es im realen Leben auch üblich ist. Zudem lernt der Spieler viele Menschen weltweit kennen. Man kann dies mit der Entwicklungsaufgabe „Qualifizieren“ vergleichen, da der Jugendliche an seiner sozialen Kompetenz arbeitet, auch wenn dies unterbewusst stattfindet. Dadurch, dass er auch im virtuellen Raum Menschen kennenlernt, kann er ebenfalls mit diesen über ganz alltägliche Dinge reden. Darunter können Situationen mit Mädchen beziehungsweise Jungs fallen, Eltern oder schulische Probleme.

Kritisch zu betrachten ist, dass dadurch, dass der Jugendliche in die eventuell attraktivere virtuelle Welt abtaucht es dazu führen kann, dass der Jugendliche davon abhängig wird. Dies bestätigt auch Plöger-Werner:

„Neben der zeitlich intensiven Nutzung dieser interaktiven Unterhaltungsmedien kommt es jedoch immer häufiger zu besorgniserregenden Nutzungsmustern, bei denen die Aktivitäten in der realen Welt zugunsten derer in der virtuellen vernachlässigt werden.“⁹⁴

Diese intensive Nutzung kann dazu führen, dass der Jugendliche sich unregelmäßig oder ungesund ernährt, weniger schläft, seltener zur Schule geht, sich nicht mehr mit den Freunden zum Spielen trifft bis hin zu Suchterscheinungen, wenn er nicht spielen kann. Dadurch, dass die Computerspiele für die Heranwachsenden so faszinierend sind und bei ihnen einen starken Unterhaltungswert hervorrufen, können sie so gefährlich in Bezug auf Abhängigkeit sein.⁹⁵

Bei den TV-Shows sollen die Zuschauer beziehungsweise die Jugendlichen durch die Erzeugung einer Illusion direkt angesprochen werden, was zur Folge hätte, dass bei diesen eine Reaktion ausgelöst wird.⁹⁶ Bei Quizshows im Allgemeinen, wird dies durch die Fragen und Antworten suggeriert, die der Zuschauer auf dem Fernsehbildschirm sehen kann. Der Zuschauer wird dadurch dazu verleitet mitzuraten. Bei *Wer wird Millionär?* gibt es den Zusatz, dass der Zuschauer die Möglichkeit hat während einer Werbepause die aktuelle Frage des Kandidaten ebenfalls zu beantworten, indem er

⁹⁴ Plöger-Werner, 2012, S. 48

⁹⁵ Vgl. Plöger-Werner, 2012, S 47 f

⁹⁶ Vgl. Inan, 2012, S. 32

entweder eine SMS schreibt oder bei einer Hotline anruft. Als Anreiz zur Teilnahme wird dem Zuschauer eine Gewinnchance für einen Gewinn von 5.000 Euro zugesichert. Daher kann man sagen, der Zuschauer wird bewusst beeinflusst. Bei *Quizduell im Ersten* wird der Zuschauer stets darauf aufmerksam gemacht, dass er bei jeder Show mit der App live mitspielen kann. Nicht nur bei einer Frage kann mitgeraten werden, sondern interaktiv bei allen gestellten Fragen, sofern er die App hat. Hier findet ebenfalls eine direkte Beeinflussung durch den Moderator statt, der auf diese Möglichkeit aufmerksam macht. Hier besteht ebenfalls, wie in Kapitel 3.2.2 erläutert, die Möglichkeit, auf einen Geldgewinn. Allerdings sind dies Beeinflussungen durch den Moderator und daher nicht direkt von den Quizsendungen. Stuft man dies in die Entwicklungsaufgaben ein, so könnte man hier von „Partizipieren“ sprechen, da der Jugendliche seine eigene Meinung bilden soll.

In der Entwicklungsaufgabe „Binden“ geht es unter anderem um die Entwicklung der Geschlechtsidentität für die Heranwachsenden. Dazu schreibt Dr. Alev Inan:

„In populärwissenschaftlichen Publikationen wird häufig die Befürchtung geäußert, Kinder und Jugendliche würden hinsichtlich ihrer Geschlechtsrollenentwicklung durch den Medienkonsum in eine stereotype Richtung beeinflusst werden. Insbesondere für Jugendliche erscheint diese Befürchtung aufgrund des hohen Medienkonsums dieser Altersgruppe plausibel.“⁹⁷

Bezieht man sich bei dieser Aussage auf den Fernsehkonsum, könnte man daraus ableiten, dass durch das Konsumieren von TV-Formaten die Jugendlichen in ihrer Entwicklung beeinflusst werden. Sei es bei ihrer Geschlechtsrollenentwicklung oder bei der Bildung der eigenen Meinung. Dies bestätigt auch Jens Ultsch:

„Diskussionen über das aktuelle Fernsehprogramm sind bei Jugendlichen eines der Topthemen. Sei es mit zeitlichem Abstand zur Ausstrahlung auf dem Schulhof oder neuerdings auch zeitnaher in Online-Communities. Social Media Applikationen bieten eine Verlagerung dieser Diskussionen parallel zur laufenden Sendung auf den TV-Bildschirm. So lässt sich per *Facebook*, *Twitter* oder anderen Netzwerk/Chat-Applikationen über das aktuelle Programm unterhalten. Durch das Teilen von ähnlichen Inhalten, vergangener Sendungen der gleichen Reihe oder Hintergrundinformationen zur aktuellen Thematik lässt sich so der Fernsehkonsum durch Freunde unmittelbar beeinflussen.“⁹⁸

Daraus lässt sich ableiten, dass es eine Beeinflussung durch TV-Serien bei Jugendlichen gibt. Diese spiegelt sich in der Interaktion der Heranwachsenden wieder. Dies

⁹⁷ Inan, 2012, S. 31

⁹⁸ Ultsch, 2012, S. 40 f

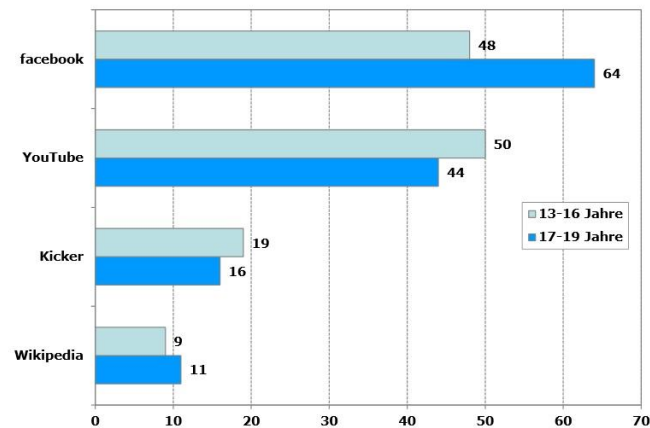
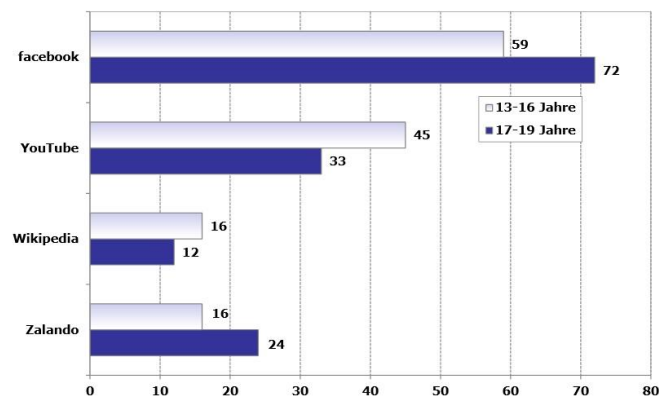
bedeutet, dass die Jugendlichen über die Sendung entweder via Internet oder persönlich im Freundeskreis darüber sprechen und sich austauschen. Der Forschungsstand in Bezug auf Quizsendungen fällt sehr gering aus, allerdings kann man von der Beeinflussung von Serien auf die Quizshows gewisse Rückschlüsse ziehen. Während bei *Wer wird Millionär?* eher die Gewinner beziehungsweise der Millionär interessant ist und der Zuschauer nur kurzfristig eingebunden wird, findet hier wohl eher geringere Beeinflussung statt. Bei *Quizduell im Ersten* liegt die Interaktion viel höher durch die App, bei der es zusätzlich ein Ranking gibt. Hier könnten sich die Heranwachsenden stets vergleichen. Allerdings sind dies eher kurzfristige Beeinflussungen auf die Jugendlichen. Lediglich durch häufiges Teilnehmen beziehungsweise mitraten bei den Quizshows, könnte es dazu führen, dass die Jugendlichen ein breiteres Allgemeinwissen erlangen. Dies bestätigt auch Inan in Bezug auf die Geschlechterrollenverteilung bei TV-Serien.

„Wenn geschlechterstereotype TV-Serien tatsächlich das Geschlechtsrollenselbstkonzept von Jugendlichen beeinflussen sollten, so geschieht dies offenbar über eine mittel- bis langfristige und wiederholte Beeinflussung. Möglicherweise ergeben sich solche Beeinflussungen auch nur, wenn weitere begünstigende Faktoren, wie beispielsweise parasoziale Interaktionen und parasoziale Beziehungen, vorliegen.“⁹⁹

Diese parasozialen Interaktionen könnte man bei *Quizduell im Ersten* auf die App-Nutzer beziehen, die in der Show als *Team-Deutschland* tituliert werden. Da diese eine Gruppe darstellen die zwar räumlich getrennt sind, aber dennoch zusammen interagieren. Abschließend kann man sagen, dass Quizshows die Jugendlichen nachhaltig in ihrer Entwicklungsphase beeinflussen können. Durch wiederholtes Mitraten in den Quizsendungen können die Jugendlichen ihr Allgemeinwissen erweitern, da sie „spielend“ lernen. Denn in der Adoleszenz sind die Heranwachsenden noch formbar und auf der Suche nach neuen Dingen, die sie ausprobieren können.

Wie verhält es sich dabei mit den Applikationen um *WhatsApp* und *Facebook*? Wie man in Abbildung 10 sehen kann, sind die beiden Apps die Wichtigsten für die Heranwachsenden auf ihrem Smartphone. Während *WhatsApp* nur auf diesem genutzt werden kann, kann *Facebook* auch über den Computer/Laptop/Tablet genutzt werden. *Facebook* ist hier die beliebteste Webseite, auf die Jugendliche zugreifen, wie in den nächsten beiden Grafiken zu sehen ist.

⁹⁹ Inan, 2012, S. 39

Abbildung 12: Beliebteste Webseiten von Jungs¹⁰⁰Abbildung 13: Beliebteste Webseiten von Mädchen¹⁰¹

Brüggen und Schemmerling begründen dies folgendermaßen:

„Durch unterschiedlichste Medieninhalte (massenmediale wie nutzergenerierte), die in *Facebook* veröffentlicht werden, bietet der Soziale Netzwerkdienst die Option, sich Wissen anzueignen. Zudem eröffnet die Plattform auch Handlungsräume, eine persönliche Identifikation mit medial vermittelten Personen über eigene Äußerungen zu demonstrieren und ggf. sogar in den (para-)sozialen Austausch mit diesen zu treten.“¹⁰²

¹⁰⁰ Iconkids & youth international research: Trend Tracking Kids, 2014, S. 158

¹⁰¹ Iconkids & youth international research: Trend Tracking Kids, 2014, S. 159

Basis: n= 623 Jungen/ n= 584 Mädchen, Internetnutzer/innen, 6-19 Jahre, ungestützt, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %

¹⁰² Brüggen/ Schemmerling, 2013, S. 170

Dies kann aber nur funktionieren, wenn die Jugendlichen in *Facebook* mit anderen vernetzt sind. Sei es durch das liken von Fanpages oder die eigenen *Facebook*-Kontakte. Wenn diese Person auf der Plattform einen Post veröffentlicht, kann dies für die Jugendlichen nicht nur eine Orientierungshilfe sein, sondern kann auch dazu anregen, dass die Jugendlichen ihr eigenes Denken und Tun reflektieren.¹⁰³ Dies würde bedeuten, dass die Jugendlichen, dadurch dass sie über andere Posts nachdenken, sich damit befassen oder sich dahingehend ändern und somit beeinflusst werden. Allerdings liegt die Beeinflussung nicht direkt bei *Facebook*, sondern bei den Posts von Freunden oder von Fanpages von Personen des öffentlichen Lebens. *Facebook* ist hier nur der Kanal über dem die Nachricht geteilt wird. Dies bestätigt auch folgende Aussage:

„Insbesondere das Beispiel von Fanpages verdeutlicht, dass *Facebook* natürlich auch von Anbieterseite intensiv genutzt wird, um auf Sendeformate zu verweisen. Allerdings sind es die Jugendlichen, die sich gegenseitig die Hinweise auf derartige Artikulationen liefern.“¹⁰⁴

Daher kann man sagen, dass es ohne *Facebook* diese Form der Beeinflussung nicht geben würde. Genauso ist dies der Fall bei *WhatsApp*, denn die App lebt auch nur durch die Nutzer. Klar ist auch, dass alle Medien ohne ihre Nutzer nicht funktionieren beziehungsweise Einfluss nehmen könnten, aber bei den beiden Apps ist dies nochmal etwas anders. Denn es ist nicht wie bei den Computerspielen oder dem Fernsehen, dass vorgegebene Inhalte existieren, sondern hierbei ist der Jugendliche selbst dafür verantwortlich, was gepostet wird. Vor allem dadurch, dass sowohl bei *WhatsApp* als auch bei *Facebook* der Jugendliche von seinen Freunden umgeben ist, kann die Beeinflussung sehr hoch sein. Denn der Heranwachsende möchte natürlich immer auf dem neuesten Stand sein, die coolsten Videos kennen und zeigen welche Videos er selbst gut findet. Man kann hier auch von Identitätsarbeit sprechen. Denn *Facebook* wird von den Heranwachsenden in ihrer Lebenswelt als Handlungsstruktur zur Bewältigung von neuen Herausforderungen genutzt. Darunter fallen geografische oder sprachliche Brücken.¹⁰⁵ Dies bedeutet, wenn man ein sprachliches Defizit hat, weil man zum Beispiel in ein neues Land gezogen ist, kann man durch *Facebook* oder *WhatsApp* die Sprache leichter lernen. Zum einen ein Gruppenchat in *WhatsApp* mit den Schulkameraden, die in ihrer Muttersprache schreiben und zum anderen auf *Facebook* durch die unterschiedlichsten Nachrichten. Darüber hinaus kann *Facebook* auch eine geografi-

¹⁰³ Vgl. Brüggem/ Schemmerling, 2013, S. 170

¹⁰⁴ Brüggem/ Schemmerling, 2013, S. 182

¹⁰⁵ Vgl. Brüggem/ Schemmerling/ Gerlicher, 2013, S. 213

sche Brücke sein, wenn zum Beispiel ein Freund umzieht und nicht mehr in der gleichen Stadt lebt. Der Jugendliche kann dadurch seine sozialen Kontakte weiterhin pflegen. Kritisch hingegen sollte betrachtet werden, dass hohe Anonymität herrscht, die den Jugendlichen ermöglicht Daten falsch anzugeben. Dies kann daher kommen, dass die Heranwachsenden Angst vor der Veröffentlichung dieser Daten haben, aufgrund von Kontrollverlust. Sie gehen zudem nicht davon aus, dass es einen negativen Einfluss auf ihre eigene Selbstdarstellung nimmt, da ihre Freunde diese falschen Angaben erkennen sollten.¹⁰⁶ Durch *Facebook* und *WhatsApp* gibt es große soziale Gruppen, in denen sich die Jugendlichen befinden. Wie in Kapitel 2.3 erläutert, kann man sehen wie die Identitätsentwicklung zwischen dem realen und virtuellen Auftritt immer mehr verwischt beziehungsweise zusammen wächst. Dieser Entwicklung bedarf es einer kritischen Betrachtung und der Aufmerksamkeit auf die Probleme von Inhalten oder Bildern. So kann es durch die rasante Verbreitung schnell zu Mobbing kommen. Aber auch illegale oder Jugendmedienschutzrelevante Inhalte können die Heranwachsenden ohne Probleme einsehen und verbreiten.¹⁰⁷ Dies kann zur Folge haben, dass der Jugendliche sich durch die Weiterverbreitung selbst strafbar macht oder Inhalte wie gewaltverherrlichende oder pornografische Videos sieht, die nicht für ihn bestimmt sind. Diese problematischen Situationen ziehen dritte wie Eltern oder Lehrer in die Verantwortung. Diese können versuchen diese Inhalte generell zu unterbinden oder zu kontrollieren, da der Umgang wie oben beschrieben auch Gefahren mit sich bringen kann. Brüggen/ Schemmerling/ Gerlicher vermerken in ihrem Werk *Teilen, vernetzen, liken*, dass

„auch wenn die Jugendlichen beispielsweise mit Blick auf die eigenen Eltern diese Einschätzung differenzieren, sehen sie sich als Jugendliche damit konfrontiert, dass ihr Handeln in einem Raum, der für sie sehr wichtig und zugleich für ihre Identitätsarbeit bedeutsam ist, von wichtigen Bezugspersonen vorrangig problematisiert wird und mit Ängsten besetzt ist.“¹⁰⁸

Daran sieht man, dass sich die Jugendlichen über die Probleme dessen bewusst sind. Doch sie scheinbar auch gelernt haben damit umzugehen. Daher kann man hier von einer teilweise positiven teilweise negativen Beeinflussung der Medien reden. Negativ, da die geteilten Inhalte zu starken Problemen, wie Mobbing führen können und positiv, da die Jugendlichen versuchen damit umzugehen und sich ihre Identität festigt. In Kapitel 2.2 ging es um die vier Entwicklungsaufgaben von den Heranwachsenden in ihrer

¹⁰⁶ Vgl. Brüggen/ Schemmerling/ Gerlicher, 2013, S. 215

¹⁰⁷ Vgl. Brüggen/ Schemmerling/ Gerlicher, 2013, S. 216

¹⁰⁸ Brüggen/ Schemmerling/ Gerlicher, 2013, S. 212

Jugendphase. Wagner hat verschiedene Aufgaben von Jugendlichen beschrieben, die für die Prozesse der Medienaneignung wichtig sind.

- Sich in der Welt zu orientieren: Dabei geht es z. B. darum, Rollenvorbilder zu entdecken, für die eigene Lebensführung auf ihre Tauglichkeit zu prüfen sowie Werthaltungen zu entwickeln und sich zu positionieren.
- Soziale Beziehungen zu gestalten: In der Interaktion mit anderen wird soziale Einbettung realisiert, die wesentlich ist, um an der persönlichen sozialen Identität zu arbeiten.
- Sich mit dem eigenen Selbst auseinanderzusetzen: Die Auseinandersetzung mit der Frage ‚Wer und wie will ich sein?‘ wird wesentlich dadurch geleistet, sich selbst zu anderen in Beziehung zu setzen (Zuwendung zu Gleichaltrigen sowie Ablösung von den Eltern bzw. erwachsenen Bezugspersonen) und dabei Handlungsspielräume zu auszuloten und u. a. Autonomie zu erfahren.
- An der Welt teilzuhaben: Zudem geht es für die Jugendlichen darum, sich zu ihrer Sozialwelt in ein Verhältnis zu setzen, sie mitzugestalten und an den Prozessen, die sie betreffen, teilzuhaben.¹⁰⁹

Wie man hier erkennen kann gibt es zu den Entwicklungsaufgaben starke Parallelen. Eine Verbindung scheint der Punkt ‚Soziale Beziehungen gestalten‘ zur Entwicklungsaufgabe ‚Binden‘ zu bilden, da es sich in beiden Punkten um die soziale Interaktion mit anderen handelt. Auch in den weiteren Punkten kann man Parallelen ziehen. Dies bedeutet, dass die ursprünglichen Entwicklungsaufgaben von Jugendlichen nicht mehr nur im realen Raum stattfinden, sondern auch im medialen Raum. Somit findet die Identitätsarbeit in beiden Räumen statt. Daher kann man abschließend sagen, dass die Jugendlichen durch die Medien beeinflusst werden. Sei es bei der Identitätsarbeit, in ihrem Handeln oder im Bildungskontext.

¹⁰⁹ Wagner, 2013, S. 14 f

7 Fazit

Ein Bekannter sagte mir mal, dass das RL nur ein Fenster mehr sei und es normalerweise nicht sein bestes ist. Das Leben im Internet kann uns dazu bringen, dass wir darüber nachdenken, welche unterschiedlichen Rollen wir im alltäglichen Leben spielen. Denn die meisten Jugendlichen frühstücken als Kind, fahren als Schüler in die Schule und spielen Fußball als Freund.

Im 21. Jahrhundert ist das Leben ohne digitale Medien in der Gesellschaft nicht mehr vorstellbar. Vom Tag der Geburt wird der Mensch im Laufe seines Lebens stets von den Medien begleitet und konfrontiert. Es gilt sich hier zurechtzufinden. Fast jeder Jugendliche besitzt ein Smartphone, einen Computer und einen Fernseher. Gerade in der Adoleszenz, in der die Jugendlichen formbar und experimentierfreudig sind, spielen die Medien eine große Rolle.

Jugendliche werden jeden Tag aufs Neue mit Medien konfrontiert. Sei es auf dem Weg zur Schule, durch Plakate. In der Stadt, die Angebotsschilder. Beim Verabreden mit Freunden, durch das Smartphone. Oder am Abend, beim Fernsehen. In jeder Lebenslage werden die Heranwachsenden von Medien umgeben. Dadurch lernen sie allerdings auch den Umgang mit diesen von klein auf.

Durch diese zahlreichen Medien hat sich unter anderem die Identitätsfindung der Jugendlichen verändert. Während diese früher ausschließlich im realen Leben stattfand, weitet sich die Identitätsarbeit heutzutage auch auf die virtuelle Welt hinaus. Die Heranwachsenden nutzen dieses Potential aus, indem sie sich zum Beispiel auf *Facebook* oder in einem Computerspiel selbst darstellen können und somit auf zwei Arten Feedback bekommen. Denn auch im Internet erreichen die Jugendlichen die gleiche Zielgruppe, wie im normalen Leben. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit diese Zielgruppe zu erweitern. Der Unterschied zwischen der realen und der virtuellen Welt liegt darin, dass die virtuelle Welt eine Erweiterung für die Identitätsbildung der Jugendlichen ist, da die dargestellte Identität bewusst gesteuert und gefiltert wird.

Resümieren lässt sich ebenfalls, dass alle hier aufgeführten Medien Heranwachsende teils positiv, teils negativ beeinflussen. Die Faszination von *WhatsApp*, *Facebook* und *World of Warcraft* ist allerdings höher einzustufen als die von *Counter-Strike* und der Quizshows. Zum einen können die Jugendlichen sich via Smartphone-Apps besser verständigen, für zum Beispiel Hausaufgaben oder diverse Aktivitäten. Während sie durch Computerspiele unter anderem abhängig werden können. Da von allen Medien eine Beeinflussung der Jugendlichen stattfindet, kann man nicht direkt sagen, welche davon die stärksten Auswirkungen hat. Man könnte es lediglich so deuten, dass *WhatsApp* und *Facebook* aktuell zu den beliebtesten Aktivitäten von Jugendlichen gehört und daher die stärkste Beeinflussung stattfinden kann.

Literaturverzeichnis

Armbruster, Stefanie/ **Mikos**, Lothar (2009): Innovation im Fernsehen am Beispiel von Quizshowformaten. In: von Gottberg, Joachim et al. (Hrsg.) Alltag, Medien und Kultur. Bd. 3. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Baacke, Dieter (2003): Die 13- bis 18- Jährigen. Einführung in die Probleme des Jugendalters. Weinheim/ Basel: Beltz Taschenbuch Verlag.

Bockholt, Dennis (2008): „Mediale Viren“ im Kopf unserer Jugend?. Studie zum Zusammenhang von Computerspielen und Gewalt. Regensburg: Roderer Verlag.

Brüggen, Niels/ **Schemmerling**, Mareike (2013): Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln im Sozialen Netzwerkdienst *facebook*. In: Brüggen, Niels/ Wagner, Ulrike (Hrsg.) Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Brüggen, Niels/ **Schemmerling**, Mareike/ Gerlicher, Peter (2013): Identitätsarbeit im Social Web – Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln. In: Brüggen, Niels/ Wagner, Ulrike (Hrsg.) Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Dammler, Axel (2009): Verloren im Netz. Macht das Internet unsere Kinder süchtig?. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.

Decker, Markus (2005): Jugendschutz und neue Medien. Grundfragen des Jugendmedienschutzes in den Bereichen Bildschirmspiele und Internet. Muenster u.a.: Waxmann.

Erikson, Erik H. (1973): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt am Main: suhrkamp taschenbuch wissenschaft 16.

Erikson, Erik H. (2003): Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel. Stuttgart: Klett-Cotta.

Eurich, Claus (1985): Computerkinder. Wie die Computerwelt das Kindsein zerstört. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Hallenberg, Gerd (1989): Die Quiz- und Game-Show-Zuschauer : Anmerkungen zu den GfK-Zuschauerzahlen der 1986 von den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ausgestrahlten Quiz- und Game-Show-Reihen. Siegen: DFG-Sonderforschungsbereich 240 "Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien, Schwerpunkt: Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland", Univ. GH Siegen.

Händel, Martin/ **Rust**, Christiane (2013): Emotionalisierung durch Computerspiele. Der reflexive Umgang mit der Emotionalisierung durch Computerspiele am Beispiel des Ego-Shooters Metro 2033. Eine qualitative Studie. Stuttgart: ibidem-Verlag.

Hugger, Kai-Uwe (2010): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hurrelmann, Klaus/ **Quenzel**, Gudrun (2013): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. In: Diwald, Martin/ Hurrelmann, Klaus (Hrsg.) Grundlagentexte Soziologie. Weinheim/ Basel: Beltz Juventa.

Inan, Alev (Hrsg.) (2012): Jugendliche Lebenswelten in der Mediengesellschaft. Mediale Inszenierung von Jugend und Mediennutzung Jugendlicher. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

Keupp, Heiner et al. (2006): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. In: König, Burghard (Hrsg.) rowohlt's enzyklopädie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Lindner, Katharina/ Wink, Stefan (2002): Kids und Computerspiele : eine pädagogische Herausforderung. Mainz: Logophon, Verlag und Bildungsreisen.

Lober, Andreas (2000): Computerspiele und der gesetzliche Jugendmedienschutz. Tübingen: Univ., Diss..

Plöger-Werner, Magdalena (2012): Wie Onlinerollenspiele süchtig machen – am Beispiel von *World of Warcraft* und *Metin2*. Marburg: Tectum Verlag.

Taddicken, Monika (2003): Fernsehformate im interkulturellen Vergleich. ‚Wer wird Millionär?‘ in Deutschland und ‚Who Wants To Be A Millionaire?‘ in England/ Irland. Berlin: Logos Verlag.

Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz: Identität in Zeiten des Internet. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Ultsch, Jens (2012): HbbTV – Rasante Ablösung des Linearen Fernsehens?. Untersuchung im Hinblick auf die Nutzerakzeptanz. München: Martin Meidenbauer Verlagsbuchhandlung.

Wagner, Ulrike (2013): Das Medienhandeln von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten. In: Brüggen, Niels/ Wagner, Ulrike (Hrsg.) Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

N.N. (2014): Iconkids & youth international research: Trend Tracking Kids. München: iconkids & youth international research GmbH.

N.N.(2011): Die Sinus-Milieus@2011 Senderpositionierung und Kurzbeschreibung. URL: www.sevenonemedia.de/c/document_library/get_file?uuid=845331ac-6cce-42c3-9e70-6e407f9683e8&groupId=10143. [Letzter Zugriff: 10.05.2015]

N.N.(2015): Geschichte von Blizzard. URL: eu.blizzard.com/de-de/company/about/b20/timeline.html. [Letzter Zugriff: 11.05.2015]

N.N.(2015): RTL ist die klare Nummer eins bei den 14- bis 59-Jährigen Zuschauern. URL: http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm. [Letzter Zugriff: 09.05.2015]

N.N.(2015): 'Wer wird Millionär' bei RTL. URL: www.rtl.de/cms/sendungen/wer-wird-millionaer.html. [Letzter Zugriff: 30.04.2015]

N.N.: Counter-Strike: Global Offensive. URL: cs.ingame.de/Counter-Strike-uebersicht/Counter-Strike-global-offensive/. [Letzter Zugriff: 12.05.2015]

N.N.: Spielregeln. URL: www.daserste.de/unterhaltung/quiz-show/quizduell/spielregeln/index.html. [Letzter Zugriff: 06.05.2015]

N.N.: Teilnahmebedingungen für das Gewinnspiel "Quizduell im Ersten". URL: www.daserste.de/unterhaltung/quiz-show/quizduell/spielregeln/teilnahmebedingungen-102.html. [Letzter Zugriff: 07.05.2015]

N.N.: URL: Quizduell.www.fernsehserien.de/quizduell. [Letzter Zugriff: 05.05.2015]

Sanchez, Manuel Nunez (2015): «Quizduell»: Technik funktioniert, Quoten gehen zurück. URL: www.quotenmeter.de/n/76199/quizduell-technik-funktioniert-quoten-gehen-zurueck. [Letzter Zugriff: 05.05.2015]

Schneider, Christian Fritz (2009): Counter-Strike: Die Geschichte - Rückblick: Der Taktik-Shooter wird 10 Jahre alt. URL: www.gamestar.de/spiele/half-life-Counter-Strike/artikel/counter_strike_die_geschichte,33806,1956958,2.html. [Letzter Zugriff: 12.05.2015]

Feierabend, Sabine/ **Plankenhorn**, Theresa/ **Rathgeb**, Thomas (2014): JIM 2014 Jugend, Information, (Multi-)Media. URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf 15 Jahre JIM-Studie. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

Feierabend, Sabine/ **Karg**, Ulrike/ **Rathgeb**, Thomas (2013): 15 Jahre JIM Studie. URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM15/PDF/15JahreJIMStudie.pdf>. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.: Facebook. URL: www.staffxperts.de/glossar/Facebook/. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.(2015): Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer weltweit von 2008 bis zum 1. Quartal 2015 (in Millionen). URL: de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-Facebook/. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.(2015): Anzahl der monatlich aktiven mobilen Facebook-Nutzer weltweit von 2009 bis zum 1. Quartal 2015 (in Millionen). URL: de.statista.com/statistik/daten/studie/223264/umfrage/monatlich-aktive-mobile-nutzer-von-Facebook-zeitreihe/. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.(2015): WhatsApp Informationen und Tipps zum Umgang mit einem beliebten Kommunikationsmittel. URL: <http://www.internet-abc.de/eltern/whatsapp-kinder-jugendliche-funktionen.php>. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.(2014): Anzahl der Nutzer von Mobile Messaging Apps weltweit im Dezember 2014 (in Millionen). URL: de.statista.com/statistik/daten/studie/216439/umfrage/bekanntheit-und-nutzung-von-instant-messenger-apps/. [Letzter Zugriff: 17.05.2015]

N.N.(2015): Internetsprache. URL: <http://www.stupidedia.org/stupi/Internetsprache>. [Letzter Zugriff: 18.06.2015]

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname